

APPEL À PROJET

Grands Sites Occitanie



SOMMAIRE

1	CONTEXTE & ENJEUX	4
2	DEFINITION DU CONCEPT « GRANDS SITES OCCITANIE »	5
3	OBJECTIFS DE LA POLITIQUE « GRANDS SITES OCCITANIE »	5
4	OBJET DE L'APPEL A PROJETS	6
5	MODALITES DE DEPOT DES CANDIDATURES	6
6	ELEMENTS CONSTITUTIFS DU DOSSIER ET D'EXAMEN DES CANDIDATURES	7
7	PORTAGE DU PROJET & GOUVERNANCE	10
8	LES OBLIGATIONS DES « GRANDS SITES OCCITANIE » IDENTIFIEES DANS LES CONTRATS REGIONAUX	10
9	LES OUTILS REGIONAUX DEPLOYES DANS LE CADRE DU LABEL « GRANDS SITES OCCITANIE »	12
10	SELECTION DES « GRANDS SITES OCCITANIE »	13
11	CONTRAT - DUREE - REGLEMENT - COMITE DE PILOTAGE	13
	PROCEDURE DE DEPOT DE CANDIDATURE	14

1 - CONTEXTE & ENJEUX

La région Occitanie/Pyrénées Méditerranée dispose de nombreux sites patrimoniaux, culturels, naturels et historiques de forte notoriété qui concourent fortement à sa qualité et à son identité. Du fait de leur « capital image exceptionnel » ces sites constituent des éléments de promotion et d'attractivité majeurs à l'égard des clientèles nationale et internationale et contribuent au développement et au rayonnement des territoires dans lesquels ils se situent.

Deuxième activité économique régionale, le tourisme est un domaine majeur pour la région Occitanie. Il contribue à hauteur de 10% du PIB régional et génère 108 000 emplois.

Dans un contexte de vive concurrence, la politique régionale pour le tourisme se mobilise autour de deux enjeux majeurs : la structuration et la qualification de l'offre touristique régionale et le renforcement de l'attractivité du territoire. Cette ambition pour le tourisme intègre la montée en gamme de l'offre, la professionnalisation des acteurs, une homogénéité d'image à l'échelle de la nouvelle Région et la promotion de la destination. Elle vise également la diversification et le développement de l'économie touristique fondés sur l'innovation, la culture et un aménagement équilibré du territoire, de même que le développement du tourisme quatre saisons.

Afin de conforter l'offre touristique et culturelle des territoires, la Région accompagne les projets de qualité démontrant leur fiabilité et leur capacité à créer des richesses et des emplois.

Le dispositif « Grands Sites Midi-Pyrénées » développé depuis huit années affiche un bilan très positif. Ce dispositif s'appuie notamment sur un plan de communication, un plan qualité relatif au parcours du visiteur, un accompagnement financier et une animation de réseau fédérant de nombreux acteurs. Les barèmes de notoriété réalisés auprès de la clientèle européenne en 2008 et en 2015, ont démontré que la notoriété de l'ex territoire Midi-Pyrénées est passée de 43 à 86%.

Pour l'ex-territoire du Languedoc-Roussillon, les enquêtes touristiques ont montré que la beauté des paysages, les grands espaces naturels et les sites culturels et historiques (Pont du Gard, Carcassonne...) sont trois éléments déterminants en matière d'attractivité et de satisfaction des visiteurs à l'issue de leurs séjours.

.....

**Face
à ces enjeux majeurs,
la Région a décidé
de lancer un dispositif
« Grands Sites Occitanie »**

2 - DEFINITION DU CONCEPT « GRANDS SITES OCCITANIE »

Un « Grand Site Occitanie » est un site qui réunit toutes les caractéristiques suivantes :

Il est d'abord doté d'un patrimoine architectural et/ou naturel remarquable ou d'un site culturel (événementiel culturel pérenne) de rayonnement international et disposant tout particulièrement d'une ou plusieurs composante(s) à caractère exceptionnel (dit cœur emblématique du Grand Site Occitanie).

De forte notoriété, nationale, voire internationale, il est très fréquenté et contribue fortement à l'attractivité de la région Occitanie/Pyrénées Méditerranée.

Le « Grand Site Occitanie » a par ailleurs identifié des valeurs territoriales, patrimoniales et culturelles, ayant fait l'objet d'une définition négociée et partagée avec les acteurs du territoire. et sur lesquelles la Région pourra s'appuyer pour valoriser l'attractivité du territoire « Occitanie ». Il est organisé autour du cœur emblématique patrimonial, naturel et/ou culturel possédant un rayonnement territorial en lien avec sa fréquentation et d'un projet de territoire qui couvre sa zone d'influence. En se dotant d'une stratégie de développement territorial, le Grand Site d'Occitanie favorise la croissance d'une activité durable au sein du cœur emblématique ainsi que sur sa zone d'influence territoriale.

3 - OBJECTIFS DE LA POLITIQUE « GRANDS SITES OCCITANIE »

La politique des « Grands Sites Occitanie » a pour objectifs :

- de favoriser le développement de l'activité au sein des territoires,
- de pérenniser et créer des emplois dans le secteur du tourisme, de la culture et de l'environnement,
- de développer la notoriété et l'attractivité de la destination Occitanie en prenant appui sur les sites touristiques, naturels et culturels de forte notoriété, la promotion de la destination de la Région OCCITANIE/Pyrénées Méditerranée sur les marchés étrangers, français et de proximité,
- de développer une dynamique de préservation, de valorisation, de médiation culturelle et patrimoniale dans les cœurs emblématiques des « Grands Sites Occitanie »,
- d'innover dans les nouvelles approches artistiques, numériques et ludiques du patrimoine,
- de structurer l'offre avec l'amélioration de la qualité de l'accueil, des services, des produits et des aménagements afin que le séjour sur le site soit à la hauteur des attentes des visiteurs,
- d'organiser une démarche concertée entre acteurs de la culture, du tourisme et de l'environnement dans la valorisation des « Grands Sites Occitanie »
- d'inciter les visiteurs à découvrir les sites et produits de son territoire environnant ainsi que les autres « Grands Sites Occitanie » de la région Occitanie,
- de favoriser l'appropriation du patrimoine des « Grands Sites Occitanie » par les habitants de la Région et les acteurs touristiques et culturels afin d'en faire les ambassadeurs de notre territoire régional.
- de préserver la qualité de vie des habitants de la région et de chaque territoire concerné.

4 - OBJET DE L'APPEL A PROJETS

L'appel à projets régional a pour objet :

- d'identifier les grands sites régionaux, susceptibles d'intégrer le réseau « Grands Sites Occitanie »,
- d'inviter les collectivités candidates à formuler un projet stratégique de territoire (feuille de route stratégique) pour chaque « Grand Site Occitanie » et sa zone d'influence dans le cadre d'une approche transversale intégrant entre autres le tourisme, la culture, le patrimoine, l'environnement et répondant aux attentes des visiteurs, locaux, régionaux, français et internationaux. Le projet devra expliciter les volets de préservation, de développement et de valorisation du « Grand Site Occitanie » et son intégration dans le réseau régional. Il abordera également la structuration et la qualification de son offre et sa mise en marché. Le projet doit proposer des innovations dans le domaine du tourisme, de la culture et de l'environnement,
- de demander aux candidats de définir un programme d'actions, en lien avec le projet stratégique, sur une durée de cinq ans mobilisant tous les partenaires concernés,
- d'organiser un partenariat et une gouvernance adaptés pour la mise en œuvre du projet entre la Région, le Département, l'entité chef de file du cœur emblématique du « Grand Site Occitanie » et les autres partenaires concernés (office de Tourisme d'intérêt régional, structures culturelles et partenaires institutionnels et territoriaux...),
- d'inscrire les « Grands Sites d'Occitanie » dans une dynamique de réseau en faisant jouer l'effet collection.

5 - MODALITES DE DEPOT DES CANDIDATURES

L'appel à projets est ouvert :

- ▶ **aux sites engagés dans une démarche Unesco et/ou Grands Sites de France ou Opérations Grands Sites de France et/ou ex Grands Sites Midi-Pyrénées.** Seuls les sites naturels engagés dans une démarche Grands Sites de France peuvent faire l'objet d'une candidature. Les anciens sites naturels labellisés au titre des ex Grands Sites Midi Pyrénées pourront être candidats mais devront s'engager dans la démarche Grand Site de France s'ils répondent aux critères de la démarche nationale.
- ▶ **aux autres candidats répondant aux 2 pré-requis suivants :**
 - Le cœur emblématique est un « site patrimonial remarquable » au sens définis par la loi LCAP et/ou dont les éléments remarquables sont classés ou inscrits au titre des Monuments Historiques, code du patrimoine, livre 6, sur les monuments historiques et les sites patrimoniaux remarquables, qui a codifié la loi du 31 décembre 1913.
 - Disposer d'une équipe d'ingénierie dédiée pour la mise en œuvre du projet « Grand Site Occitanie » incluant un chef de projet pour la collectivité et un chef de file associé pour l'office de tourisme d'intérêt régional.

6 - ELEMENTS CONSTITUTIFS DU DOSSIER ET D'EXAMEN DES CANDIDATURES

Le dossier de candidature comportera :

► **Un argumentaire** démontrant que le site proposé répond à la définition d'un « Grand Site Occitanie », notamment pour les sites non engagés dans une démarche Unesco, Grand Site de France – Opération Grand Site de France et Grands Sites Midi-Pyrénées.

► **Une présentation détaillée et argumentée de la feuille de route stratégique** territoriale et transversale sur 5 ans (tourisme, médiation culturelle, patrimoine, environnement) qui réponde aux attentes des visiteurs, locaux, régionaux, nationaux et internationaux et aux capacités du territoire à le mettre en œuvre. Cette présentation devra démontrer en quoi le site répond aux conditions définies dans le cahier des charges. Elle devra identifier les objectifs à atteindre, les actions à mettre en œuvre pour les atteindre et les critères d'évaluation, ainsi que les grands axes d'innovation inscrits dans le projet. Elle concernera le cœur emblématique du « Grand Site Occitanie » ainsi que sa zone d'influence territoriale, qui devra être définie géographiquement (présentation du territoire avec une carte précise du périmètre et les éléments de diagnostic).

Les modalités d'animation et de pilotage du grand site devront également être précisées. La mise en tourisme du site et l'action corollaire menée sur leur zone d'influence doivent en effet permettre de capter et garder de nouvelles clientèles grâce à la mise en œuvre de projets de territoires concertés qui constitueront de véritables produits d'appel pour le tourisme régional.

Devra également apparaître dans le dossier le plan d'actions incluant les projets d'investissements à court terme (démarrage dans les deux ans). Ce plan d'actions, sous forme de tableau, présente des actions clairement identifiées avec les intitulés des opérations, les maîtrises d'ouvrage, le phasage opérationnel (calendrier) et les coûts estimatifs (pour information).

Pour les OGS/Grands Sites de France/Unesco et les ex Grands Sites Midi-Pyrénées, cette présentation s'appuiera sur leurs projets déjà présentés dans le cadre de ces démarches, complétée par les éléments attendus au titre du label « Grands Sites Occitanie ».

► **Une fiche de synthèse du projet (5 pages maximum) comprenant :**

- Périmètre et principales caractéristiques du cœur emblématique du « Grand Site Occitanie »
- Atouts, faiblesses, enjeux au cœur emblématique du « Grand Site Occitanie »,
Stratégie globale et plan d'actions, dont :
 - projet de préservation et de valorisation du patrimoine du cœur emblématique du « Grand Site Occitanie »,
 - amélioration de la qualité de l'accueil,
 - facteurs d'innovation dans le projet touristique et culturel,
 - stratégie digitale,
- Organisation de la gouvernance, du comité de pilotage du projet et identité du chef de file, dans les conditions précisées au point 7 ci-après
- Identification de l'ingénierie pour la mise en œuvre du projet.

► **Une fiche d'identité du porteur de projet, la liste des partenaires associés ainsi qu'une lettre de candidature signée a minima par l'entité chef de file du cœur emblématique.**

Le dossier de candidature devra notamment apporter des éclairages sur :

► Le projet de développement territorial et stratégique :

Le projet « Grand Site Occitanie » doit s'inscrire dans une démarche exemplaire de développement durable et d'innovation et doit apporter des éléments sur :

- **la stratégie territoriale de développement culturel, touristique et/ou événementiel**, concernant le cœur emblématique, mais aussi sa zone d'influence. Elle prend appui sur ses valeurs patrimoniales et elle est conçue avec les acteurs du territoire,
- **la stratégie digitale** avant pendant et après la visite (site internet, outils de mobilité, contenus numériques sur les parcours de visite, réseaux sociaux...),
- **la stratégie de médiation du patrimoine culturel ou naturel** prenant en compte les nouvelles approches de valorisation du patrimoine dans les lieux de visite majeurs,
- **les outils de gestion mis en place concernant notamment le cœur emblématique** : dispositifs d'urbanisme et de gestion de « sites patrimoniaux remarquables » avec plans de sauvegarde et de mise en valeur ou plans de valorisation de l'architecture et du patrimoine (Loi du 7 juillet 2016, LCAP, codifiée aux articles L631-1 et suivants du Code du Patrimoine). Ces outils de gestion intègrent des volets Règlements locaux de publicité, règlement d'enseignes et sont déclinés en schéma directeur urbain, comprenant un plan de référence/charte esthétique, une charte paysagère architecturale et urbaine, un PDU pour les villes ou un plan de déplacement pour les villages, un schéma directeur signalétique, plan de gestion des sites naturels classés,
- **pour les sites patrimoniaux et culturels, l'état sanitaire du patrimoine** du cœur emblématique à **labelliser** devra être réalisé par un architecte, afin de définir un plan de gestion, phasé dans le temps, des restaurations à programmer,
- **les modalités de gestion des flux de visiteurs afin de préserver l'esprit des lieux**,
- **le programme d'actions sur 5 ans** répondant aux stratégies évoquées précédemment et portant aussi sur la montée en gamme qualitative des aménagements et des services aux publics au sein du cœur emblématique et de la zone d'influence, mais également sur l'animation et la qualification de l'offre des acteurs touristiques en concertation avec les échelons régional, départemental et les territoires de projets.

Les « Grands Sites Occitanie » culturels/événementiels pérennes, présenteront obligatoirement, au-delà de leur projet de développement culturel et touristique, un projet de valorisation de leur cœur patrimonial emblématique intégrant les outils de gestion cités ci-dessus.

► Dans ce cadre, il sera recherché la présence d'une offre diversifiée parmi les points suivants :

I Pour les sites culturels, d'une offre patrimoniale et culturelle structurée et l'existence d'événementiels dans les cœurs emblématiques et plus précisément :

- d'au moins un lieu de visite structuré avec billetterie (musée, site historique, centre d'interprétation culturel, grotte ornée...) bénéficiant de 50.000 entrées minimum par an et ouvert minimum 8 mois sur 12 et/ou d'un événement culturel pérenne, bénéficiant d'au moins 50 000 entrées par an (dont 75% payantes). Les lieux de visite et festivals dotés d'une billetterie de plus de 20 000 entrées (plus de 75% payants pour les festivals), les scènes non conventionnées avec programmation annuelle, seront également identifiés dans le cadre d'une offre complémentaire,
- de scènes nationales, pôles, centres conventionnés avec le Ministère de la Culture,
- d'événementiels sportifs annuels, ayant une fréquentation minimum de 20.000 spectateurs,
- d'une programmation culturelle de qualité dans les sites patrimoniaux architecturaux ou culturels, tout au long de l'année, confiée à un professionnel.

I Et/ou pour les sites naturels une offre :

- d'activités de pleine nature, réalisées par des prestataires diplômés avec des prestations aux normes et qualifiées (ex qualité tourisme), apporter des éléments chiffrés, avec un dispositif de suivi clientèle (dont l'e-réputation),
- de maisons de site (pour les Grands Sites de France) et d'espaces d'interprétation, ouverts minimum 8 mois sur 12, animés par une équipe professionnelle,
- de pôles nationaux sportifs (ex pole nature massif central),
- de grands itinéraires, labellisés répertoriés dans les schémas régionaux pédestres (GR de massifs, chemin st Jacques, ...), vélo route, voie verte (itinéraires européens et inscrits au schéma régional voies vertes), fluviaux (Canal du Midi, Canal des deux mers, Vallée du Lot).

► La structuration de l'offre touristique sur le territoire concerné

Une attention particulière sera portée, dans l'évaluation des projets du « Grand Site Occitanie », sur le niveau de services de l'office de tourisme à vocation régionale. Sera ainsi apprécié plus particulièrement :

- son classement prioritairement en 1^{ère} catégorie,
- sa labellisation qualité tourisme,
- la qualité de ses locaux d'accueil (ex. : au regard de la charte qualité tourisme), localisés sur les flux des visiteurs, et labellisés tourisme handicap pour au moins 2 déficiences,
- la qualité de son site internet et son audience nationale et internationale,
- la mise en place de formations à destination de ses agents.

De même, le dossier doit démontrer la capacité du « Grand Site Occitanie » à proposer une offre touristique structurée sur le territoire de compétence de l'OT référent ou à minima des communes concernées. Le dossier de candidature présentera une gamme d'hébergements classés, de restaurants de qualité (labels nationaux, régionaux et/ou territoriaux, référencement dans les guides touristiques), de produits agro-alimentaires labellisés, de l'artisanat d'art, d'infrastructures, d'équipements et de sites de loisirs avec billetterie, relevant des thématiques des « Grands Sites Occitanie » et permettant d'accueillir des visiteurs nationaux et internationaux.

► La notoriété du « Grand Site Occitanie »

Le dossier devra apporter des informations qualitatives et quantitatives sur la notoriété culturelle, patrimoniale et touristique, au plan national et international, du projet de « Grand Site Occitanie » notamment à partir :

- de labels nationaux et internationaux,
- de guides touristiques nationaux et internationaux,
- de comparateurs internet.

Les candidats devront argumenter les données fournies et auront toute latitude d'apporter des précisions complémentaires argumentées.

7 - PORTAGE DU PROJET & GOUVERNANCE

L'entité chef de file du cœur emblématique du « Grand Site Occitanie » peut être :

- une commune et/ou une communauté de communes,
- une agglomération,
- une métropole,
- un département,
- un EPCC,
- un Syndicat mixte,
- un GIP.

Les maîtres d'ouvrage portant les candidatures devront impliquer les délégataires des compétences tourisme, culture, environnement, aménagements urbains dans le projet.

La Gouvernance locale : le candidat devra associer l'ensemble des acteurs institutionnels concernés par le label « Grands Sites Occitanie » (culture, tourisme, environnement...) à l'échelle locale, intercommunale, territoriale (Territoire de Projets) départementale, régionale et nationale.

Le chef de file désigné par le candidat sera l'interlocuteur de la Région et devra animer et mobiliser l'ensemble des acteurs institutionnels concernés par le projet « Grands Sites Occitanie » définir les partenariats et complémentarités avec les autres projets de territoire impliquant le site patrimonial.

Lorsque la gestion patrimoniale s'inscrit dans une démarche nationale ou internationale, elle appelle l'organisation d'une gouvernance commune avec la constitution d'un seul comité de pilotage, en impliquant les acteurs autour d'un projet partagé et partenarial afin d'en préserver la cohérence, d'optimiser les moyens et de proposer une offre lisible et qualitative auprès des visiteurs.

Pour les OGS/Grands Sites de France/Unesco, ils s'appuieront sur les gouvernances existantes et leurs projets en les complétant avec les attentes du label Grands Sites Occitanie ».

8 - LES OBLIGATIONS DES « GRANDS SITES OCCITANIE » IDENTIFIÉES DANS LES CONTRATS REGIONAUX

8.1 - OBLIGATIONS GÉNÉRALES

Les membres du réseau « Grands Sites Occitanie » s'engageront à respecter le règlement intérieur du label et notamment :

- développer une dynamique de préservation, de valorisation et de médiation culturelle et patrimoniale du cœur emblématique du « Grand Site Occitanie » et des éléments constitutifs du caractère remarquable du site,
- définir et mettre en œuvre une stratégie de développement durable touristique sur le site et son territoire environnant auquel il est naturellement lié,
- mettre en œuvre une démarche qualité partagée par l'ensemble des acteurs concernés, avec l'appui de la Région, pour toutes les composantes liées à la visite du site ou aux séjours dans le site et dans le territoire environnant,

- se doter d'une organisation appropriée du réceptif sur l'ensemble du territoire (Office de Tourisme 1^{ère} catégorie, démarche qualité tourisme, labellisation tourisme handicaps
- développer un réseau local d'ambassadeurs (acteurs touristiques, habitants...),
- mettre en œuvre une démarche concertée entre acteurs de la culture, du tourisme et de l'environnement pour la valorisation des « Grands Sites Occitanie »,
- inciter les visiteurs à découvrir les sites et produits de son territoire environnant ainsi que les autres « Grands Sites Occitanie »,
- participer obligatoirement aux actions du réseau régional « Grands Sites Occitanie » dans les domaines suivants : utilisation et respect de la charte graphique, démarches qualité, rencontres et formations (journée techniques, centre de ressources...), participation

aux actions de promotion engagées par la Région et son opérateur, le Comité Régional du Tourisme (et à l'élaboration des outils correspondants (photothèques, vidéothèques, rédactionnels, banques de données ...), observation économique (communication des données qualifiées et indicateurs de suivi à l'observatoire régional...).

8.2 - OBLIGATIONS PARTICULIÈRES

Les Offices de Tourisme référents des « Grands Sites Occitanie » devront :

- maintenir les conditions d'éligibilité durant toute la durée du contrat,
- installer, dans les Offices de Tourisme, les outils régionaux tels que visés à l'article 9, veiller à leur entretien et à leur bon fonctionnement. Signaler à la Région tout dysfonctionnement, contracter toutes les assurances nécessaires en lien avec l'accueil des publics,
- conduire les actions de communication et de promotion du site en partenariat et en cohérence avec celles menées aux échelons régional (Comité Régional du Tourisme) départemental (Comité Départemental du Tourisme) ou territorial (Parc naturel régional, Parc National des Pyrénées) ou autre territoire infra départemental qui dispose des arguments pour développer une stratégie de développement touristique en veillant à attribuer son appartenance géographique à la Région Occitanie/ Pyrénées-Méditerranée et au département concerné,
- valoriser la marque « Grands Sites Occitanie » et l'ensemble du réseau régional en y faisant référence sur l'ensemble des supports de communication produit par le site (brochures d'information, lettres, enseignes, dossier de presse...) et ce, sur la base de la charte de communication spécifique « Grands Sites Occitanie »,
- se doter d'une stratégie digitale, d'un site Internet multilingues performant et d'outils de mobilité, conformes au cahier des charges établi à l'échelon régional en partenariat avec les partenaires départementaux (Comités Départementaux du Tourisme) et participer à une stratégie commune de fabrication, d'accès et d'utilisation des informations et des images (photos, vidéos...). Fournir les statistiques Google analytics au Comité Régional du Tourisme,
- animer les réseaux d'acteurs locaux qualifiés (notamment les hébergements classés, les restaurants labellisés, les prestataires agréés d'activités culturelles, sportives et touristiques) et en faire des ambassadeurs du label « Grands Sites Occitanie » : développement de stratégies et ateliers numériques, sensibilisation aux valeurs du label et diffusion des outils de communication « Grands Sites Occitanie »,

- fournir les données qualifiées et indicateurs de suivi du dispositif « Grands Sites Occitanie » chaque année à la Région, en liaison avec les observatoires économiques départementaux et régional,

- s'inscrire dans une démarche de qualité et de professionnalisme, et pour les aménagements d'OT et d'espaces d'interprétation, en s'appuyant sur les principes directeurs régionaux,

- promouvoir auprès des visiteurs de l'Office de Tourisme, les autres « Grands Sites Occitanie » et les territoires environnants par :

- l'accueil et l'animation d'un espace dédié aux autres « Grands Sites Occitanie » de la Région Occitanie/ Pyrénées-Méditerranée, mais aussi les arguments culturels, touristiques et les événementiels des territoires concernés,
- la sensibilisation et la formation du personnel d'accueil pour être en capacité de répondre à toute demande d'information relative à ces sites et de susciter l'envie de les découvrir.

Les lieux de visite (sites historiques ou musées) majeurs identifiés dans le cadre des contrats régionaux devront :

- faire l'objet d'un diagnostic qualité « lieux de visite » et définir un programme d'actions répondant aux préconisations, avec l'appui de la Région,

- fournir les indicateurs de suivi du dispositif « Grands Sites Occitanie », (dont fréquentations et statistiques Google analytics) à l'observatoire régional,

- promouvoir le réseau « Grands Sites Occitanie » dans leurs outils de communication et ce, sur la base de la charte de communication spécifique « Grands Sites Occitanie »,

- sensibiliser le personnel d'accueil pour inciter les visiteurs à découvrir l'offre culturelle de proximité et les autres « Grands Sites Occitanie »,

- mettre en œuvre un tableau de bord permanent sur les publics avec l'accompagnement du Comité Régional du Tourisme Occitanie.

Pour les sites patrimoniaux culturels, exigences professionnelles liées à la médiation dans les cœurs emblématiques :

- mobiliser les connaissances scientifiques accumulées par l'inventaire régional quand elles existent et conduire un travail de médiation afin de les adapter aux différents publics,

- Innover dans la valorisation du patrimoine par de nouvelles approches ludiques, numériques, artistiques,

- recrutement de professionnels de la médiation du patrimoine et du numérique,

- recours à des guides conférenciers agréés pour les visites,
- traduction des outils de médiation patrimoniale en 3 langues minimum participation de l'équipe de médiation aux formations régionales (du réseau grands sites, du service de l'inventaire...),
- formations / sensibilisation à destination des résidents qui le souhaitent (ambassadeurs).

Après l'acceptation de la candidature

« GRAND SITE OCCITANIE »,

les anciens sites naturels labellisés au titre des ex-Grands Sites Midi-Pyrénées devront s'engager dans la démarche Grand Site de France s'ils répondent aux critères de la démarche nationale.

Les lieux de visite devront être dotés dans les 3 ans :

- d'un projet scientifique et culturel (PSC, pour les musées de France) ou d'un schéma directeur (pour les sites historiques classés) ou d'une synthèse des deux pour un site double historique et musée, et intégrant une stratégie de développement touristique, définie avec les acteurs du tourisme.
- d'une stratégie numérique digitale au service du projet patrimonial, (site internet de qualité, contenus sur parcours de visite, réseaux sociaux, e-réputation) définie avec les acteurs du tourisme et obligatoirement en lien avec le site internet « Grands Sites Occitanie ».

- d'un parcours de visite intégrant de nouvelles approches numériques, immersives, ludiques ou artistiques et en 3 langues minimum.

Les équipements culturels, grands événementiels identifiés dans le cadre des contrats régionaux devront :

- produire des événementiels valorisant le cœur emblématique du « Grand Site Occitanie », dans le cadre de leur programmation,
- inscrire un événementiel dans le cadre d'une programmation collective envisagée à l'échelle du réseau régional,
- promouvoir le réseau « Grands Sites Occitanie » dans leurs outils de communication et ce, sur la base de la charte de communication spécifique « Grands Sites Occitanie »,
- se doter d'une stratégie digitale définie avec les acteurs du tourisme, (site internet, contenus culturels, réseaux sociaux, e-reputation...) obligatoirement en lien avec le site internet du « Grand Site Occitanie ».

9 - LES OUTILS REGIONAUX DEPLOYES DANS LE CADRE DU LABEL « GRANDS SITES OCCITANIE »

Les outils déployés par la Région pour le label « Grands Sites Occitanie » sont les suivants :

- **La marque** : la Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée est propriétaire de la marque semi-figurative déposée auprès de l'INPI « Grands Sites Occitanie » comportant la dénomination et le logo,
- **La charte graphique** et ses conditions d'utilisation,
- **Les outils de communication régionaux mis à disposition par la Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée** ; outils et supports numériques et prints, plv...
- **Les campagnes de promotion**, nationales et internationales,

- **Le plan qualité** régional basé sur le parcours du visiteur pour les villes/villages et lieux de visite,

- La mobilisation :

- **de dispositifs financiers régionaux** spécifiques au cœur emblématique pour les investissements à réaliser. Ce volet fera l'objet d'une à deux programmation annuelle en conformité avec les projets pré-identifiés dans le contrat quinquennal et tenant compte de la finalisation des opérations précédentes,
- de dispositifs de droits communs intervenant sur le cœur emblématique du « Grand Site Occitanie » ou sur les projets relevant de sa zone d'influence.

10 - SELECTION DES « GRANDS SITES OCCITANIE

Les candidatures, seront examinées par la Région. Les décisions en résultant seront approuvées par les instances délibérantes et notifiées aux candidats.

La pertinence de la candidature sera étudiée au regard :

- des arguments permettant de définir le « Grand Site Occitanie »
- des réponses aux conditions d'éligibilité, acquises ou inscrites dans les priorités du programme d'actions,
- de la cohérence entre la stratégie globale et le programme d'actions,
- de la qualité du projet de préservation et de valorisation du patrimoine du cœur emblématique du « Grand Site Occitanie » s'inscrivant dans une démarche exemplaire de développement durable,
- de la mise en évidence de facteurs d'innovation dans le projet touristique et culturel,
- et de l'ingénierie dédiée pour la mise en œuvre du projet.

Le candidat s'assurera que le fonds de dossier permette à la Région de juger la candidature au regard de ces critères.

Les candidats devront fournir toute pièce justificative et tout autre document dont la production serait jugée utile pour conforter la candidature.

11 - CONTRAT DUREE REGLEMENT COMITE DE PILOTAGE

Contrat, durée, règlement :

Le Contrat du « Grand Site Occitanie » définissant le projet stratégique, le programme d'actions, la gouvernance locale et les partenariats est prévu sur une durée de cinq ans à compter de sa signature. Il pourra faire l'objet :

- d'une prorogation à l'issue d'une évaluation conjointe des résultats et du respect des engagements définis dans le contrat
- ou d'une rupture de contrat en cas de non-respect du règlement du réseau régional « Grands Sites Occitanie », suite aux contrôles réalisés par la Région et qui définit les conditions d'éligibilité, d'attribution et du maintien du label ainsi que les modalités d'usage du label « Grands Sites Occitanie ».

Les « Grands Sites Occitanie » retenus recevront le projet de contrat pluriannuel et auront trois mois pour le formaliser avec la Région.

Dispositifs de concertation, de pilotage et de programmation :

Un Comité de Pilotage sera créé (ou quand il existe sera complété en concertation avec la Région) et chargé de la mise en œuvre du contrat dans chaque « Grand Site Occitanie ». Il aura pour rôle de :

- piloter la stratégie d'organisation du site,
- définir, suivre, évaluer, orienter les programmes d'actions issus de la stratégie définie,
- rechercher la cohérence avec les politiques contractuelles territoriales.

PROCEDURE

DE DEPOT DE CANDIDATURE

Le candidat doit fournir tous les éléments exigés dans le dossier de candidature ainsi qu'un fichier excel des acteurs concernés par la gouvernance locale (nom, prénom, structure, mission, adresse, tél, mail).

Calendrier :

Lancement : Vote des critères de l'appel à projet lors de la Commission Permanente du 7 juillet.

Date limite de dépôts des dossiers complets de candidatures : 30 septembre 2017 pour la 1^{ère} sélection et 31 janvier 2018 pour la seconde sélection.

Modalités de dépôt des dossiers :

Un exemplaire papier et numérique adressé à la Présidente de la Région, à l'adresse suivante :

Hôtel de Région
Direction du tourisme et du thermalisme
22, boulevard du Maréchal-Juin
31406 Toulouse Cedex 9
Tél : 05 61 33 50 50

Seuls seront éligibles les dossiers reçus avant le 30 septembre 2017 pour les candidats à la première vague de labellisation ou avant 31 janvier 2018 pour les candidats à la seconde phase. Si les candidats souhaitent avoir des précisions complémentaires sur l'appel à projets, durant la période de candidature, ils peuvent formuler leur demande par écrit à la Direction du Tourisme et du Thermalisme.

HÔTEL DE RÉGION

Toulouse

22, bd du Maréchal Juin - 31406 Toulouse cedex 9 - France
05 61 33 50 50

Montpellier

201, av. de la Pompignane - 34064 Montpellier cedex 2 - France
04 67 22 80 00

 @occitanie | laregion.fr



La Région
Occitanie
Pyrénées - Méditerranée