

DÉPARTEMENT

HERAULT

EXTRAIT DU REGISTRE

**des Délibérations du Comité Syndical du
Syndicat Mixte du Pays Haut Languedoc
& Vignobles**

NOMBRES DE MEMBRES

Affiliés > h Comité yndical	En exercice	Qui ont pris part A la Deliberation
-----------------------------------	-------------	---

37	37	20
----	----	----

Séance du 05 décembre 2007

Date de la convocation

26/11/07

Date d'affichage

26/11/07

Objet de la Deliberation

N° 2007-12-06
Projet Pays 2013

L'an deux mille sept

Et le cinq décembre

à dix sept heures , le Comité Syndical, régulièrement convoqué, s'est réuni au nombre prescrit par la loi, dans le lieu habituel de ses séances, sous la présidence de Monsieur Francis BOUTES

Présents : MM

J.ARCAS (Conseil Général), **G.BARO** (CdC Orb-Taurou), **JN.BADENAS** (Conseil Général), **M.BOUBIS** (CdC Lirou-Canal), **F.BARSSE** (Bédarieux), **F.BOUTES** (Conseil Général), **J.CABROL** (CdC Pays Saint-Ponais), **D.CALMETTE** (CdC Orb-Jaur), **A.CLAVERIA** (Bédarieux), **MA.EDO** (CdC Monts d'Orb), **N.ETIENNE** (Conseil Général), **JL.FALIP** (Conseil Général), **M.GIL** (CdC Orb-Taurou), **C.GINESTE** (CdC Avène-Orb-Gravezon), **B.GRASSET** (CdC Saint-Chinian), **J.HUC** (CdC Coteaux-Chateaux), **M.OLMOS** (CdC Minervois), **JP.ROUANET** (CdC Pays Saint-Ponais), **G.ROUDIER** (CdC Orb-Taurou), **M.VIGUIER** (CdC Lirou-Canal).

SOUS PREFECTURE
RECULE
14 DEC. 2007
SERVICE COURRIER

Acte rendu exécutoire
après dépôt en Préfecture

le 10/12/07 et pub notification

du 10/12/07

Objet : Projet Pays 2013

La mise en place du projet territorial 2008-2013 du Pays Haut Languedoc et Vignobles est engagée, suite aux différents diagnostics et schémas réalisés en 2006 et 2007 et aux travaux des commissions thématiques et du Conseil de Développement.

Le Contrat de Projet Etat-Région, dans lequel intervient l'Etat, a été remis en septembre aux services de l'Etat et de la Région, pour examen.

Concernant le Contrat Région-Département, les services du Pays ont ainsi remis au Conseil Régional Languedoc-Roussillon et au Conseil Régional une note sur la stratégie territoriale pluri-annuelle, annexée au présent rapport, accompagnée de vingt-cinq fiches-objectifs, reprenant les enjeux que nous avons pu identifier.

Ces propositions vont faire l'objet d'arbitrages par les services instructeurs de la Région et du Département, puis seront suivies de la rédaction de fiches-opérations au titre de l'avenant 2008, à remettre début février. Les partenaires locaux, au premier rang desquels les communautés de communes, seront donc prochainement sollicitées pour soumettre des opérations, suite aux différentes rencontres qu'elles ont pu avoir avec les services du Pays.

Ce projet ayant fait l'objet d'un débat lors de notre dernière réunion syndicale du 15 octobre dernier et ayant été approuvé, Monsieur le Président demande à l'Assemblée de bien vouloir en prendre acte.

Où l'exposé de Monsieur le Président, le Comité Syndical prend acte du Projet Pays 2013.

Ainsi fait et délibéré, les jour, mois et an susdits.

Fait à Murviel-les-Béziers, le 05 décembre 2007.

Le Président
Francis BOUTES





**PAYS
HAUT LANGUEDOC
ET VIGNOBLES**

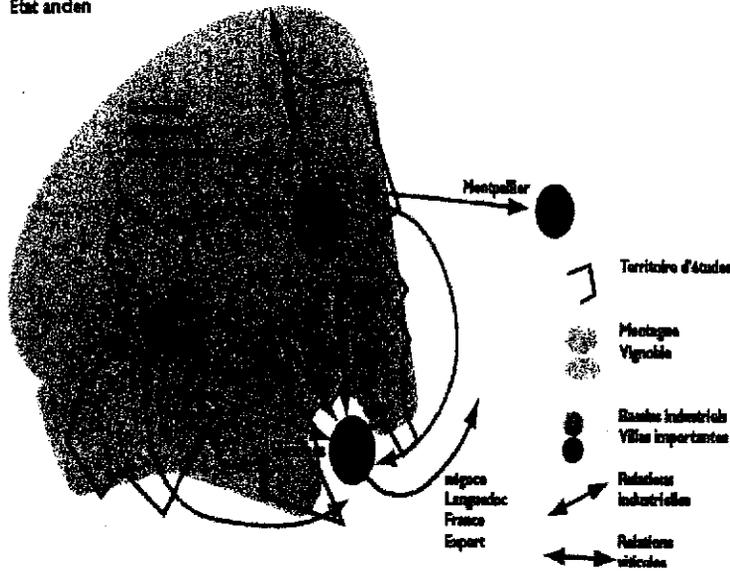
PROJET PAYS 2013

SOUS PREFECTURE
RESDUC
14 DEC. 2007
SERVICE COURRIER

NOTE STRATEGIQUE TERRITORIALE

Le Pays Haut Languedoc et Vignobles demeure aujourd'hui le dernier espace rural héraultais : les principales données socioéconomiques traduisent encore aujourd'hui le poids historique de la viticulture et de Béziers, dans le fonctionnement du territoire, où le système économique se caractérise par une primauté de l'agriculture et un faible niveau de développement de l'industrie.

Etat ancien



Une agriculture qui combine l'élevage, essentiellement ovin en zone de montagne, où la production s'oriente vers la qualité à travers la filière Roquefort, à la viticulture de plaine et de coteaux, lieux de production de Vins de Pays et d'AOC (Côteaux du Languedoc, Saint-Chinian, Faugères, Minervois) ;

la viticulture subit, aujourd'hui, les effets d'une crise de mévente, qui se traduit pour les campagnes 2005-2006 et 2006-2007 par des estimations d'arrachage de l'ordre de 1.300 hectares, soit 2,3 % des surfaces PAD ;

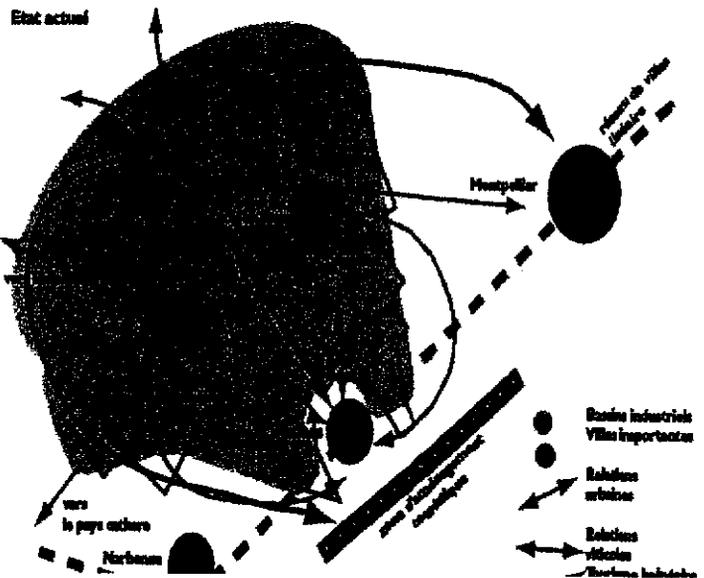
Un tissu Industriel et artisanal : le territoire est le lieu de la PME, voire de la TPE ; sur près de 3.000 établissements recensés, ce sont près de 90 % de TPE, dont la démographie affiche un vieillissement certain.

Un territoire rural en voie de recomposition...

Cependant, ce territoire s'inscrit dorénavant dans un processus de reconfiguration : la progression du périurbain, touche les communes environnantes de Béziers, mais "remonte" également dans le Pays (Murviel, Roujan,...), avec une pression foncière croissante, le développement d'axes autoroutiers contribuant à accroître les flux entrants et sortants.

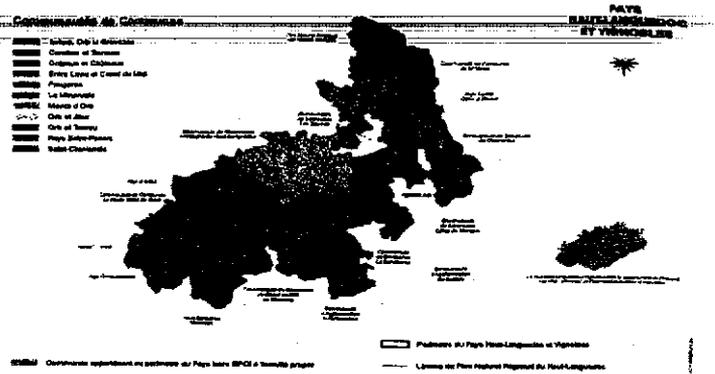
Les grands enjeux de développement de ce territoire se situent donc plus dans les changements de société et dans le contexte régional, globalement favorables au territoire.

Le développement de l'arc méditerranéen, qui génère des flux importants entre Marseille et Barcelone, s'il insère la région au sein des échanges internationaux, a défait les liens de complémentarité historique : les structures géographiques nord-est et sud-ouest qui cimentaient traditionnellement le territoire, se recomposent dans un espace très élargi, européen.



Le Pays Haut Languedoc et Vignobles est l'assise du partenariat de quatre-vingt-neuf communes, organisées en onze communautés de communes, cinq communes étant hors intercommunalités ; le Conseil Général de l'Hérault est également membre du Syndicat Mixte du Pays.

La population du Pays est de l'ordre de 55.000 habitants, répartie dans des bourgs ruraux de petite à moyenne importance.



La mise en œuvre des actions du Pays Haut Languedoc et Vignobles s'inscrit dans le cadre de sept actions génériques :

Culture : Synonyme de la qualité de vie du territoire, en même temps qu'elle véhicule un lien social fort, la politique culturelle du Pays se conduit en partenariat avec les collectivités territoriales, autour de trois axes majeurs : la diffusion de spectacle vivant, le soutien aux pratiques amateurs, une plate-forme de ressources et de mise en réseau.

Economie : Le soutien aux filières, l'accompagnement des petites et moyennes entreprises, le foncier d'entreprises, le soutien à l'emploi par la formation qualifiante, sont autant d'axes forts de développement de notre économie rurale, sur lesquels le Pays doit agir. Un schéma directeur de l'action économique est à l'étude.

En agriculture, les priorités portent, en amont de la production, sur l'accompagnement à la gestion des arrachages de vignes qui touchent le territoire ; en aval de la production, il s'agira de contribuer au développement de circuits courts de commercialisation, aptes à assurer une maîtrise accrue de la valeur ajoutée agricole.

Environnement : La préservation et la valorisation de l'environnement, la maîtrise de la gestion des espaces ruraux s'inscrivent parmi les priorités du Pays. La définition d'une charte paysagère et sa mise en œuvre permettront de répondre à ces enjeux fondamentaux pour l'avenir du Pays.

Habitat – Logement : L'habitat constitue une priorité du cadre de vie, face à une demande croissante en logements : la mise en place d'une Opération Programmée d'Amélioration de l'Habitat (OPAH-RR) du Pays, permet de soutenir les projets d'amélioration de l'habitat. Un observatoire du logement vient renforcer la pertinence de l'action.

Patrimoine : La connaissance du patrimoine s'inscrit dans un objectif d'entretien et de gestion raisonnée du patrimoine bâti et de préservation des savoir-faire au cœur d'une politique d'aménagement du territoire ; la mise en valeur des richesses patrimoniales est appréhendée comme un des leviers importants du développement du tourisme rural.

Services à la Population : La satisfaction des besoins quotidiens des habitants en services et l'attractivité des territoires sont deux objectifs fondamentaux du Pays. Les actions s'établissent à partir de diagnostics et de l'identification des besoins de services.

Le Pays est, par ailleurs, partenaire de la Régie de Développement Local (RDL), outil d'insertion par l'économie sur l'ouest héraultais.

Tourisme : La professionnalisation du tourisme, le développement des deux destinations touristiques "Haut Languedoc" et "Vignobles", le développement de tourisms thématiques, de plus en plus demandés par les clientèles, constituent des impératifs forts du développement économique du territoire, dont le tourisme est un des principaux vecteurs.

Par ailleurs, le Pays bénéficie de deux labels de développement rural :



Leader + "Couleurs d'Orb en Languedoc" : Le Pays bénéficie d'un programme européen Leader + (Liaisons Entre Actions de Développement de l'Economie Rurale) dédié au développement du tourisme vigneron : réhabilitation patrimoniale, valorisation des produits du terroir, structuration touristique, animations culturelles.



Pôle d'excellence rurale "Couleurs de Pierres" : Le Pays est également bénéficiaire du label national «Pôle d'Excellence Rurale» au titre du projet «Couleurs de Pierres», projet de promotion de richesses naturelles, touristiques et culturelles : vignoble-vitrine du Rieu Beriou, château et hameau post-médiéval de Dio et Valquières, circulade de Neffiès, remparts de Minerve.

La présente note stratégique territoriale a été élaborée par les Services du Pays en s'appuyant sur les préconisations des différents schémas thématiques menés dans le cadre des avancements 2006 et 2007 ; en effet, le Pays a mené, durant cette période, une dizaine de schémas dans les domaines suivants :

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Culture | <input type="checkbox"/> étude de structuration culturelle. |
| <input type="checkbox"/> Economie | <input type="checkbox"/> schéma de développement économique |
| | <input type="checkbox"/> schéma des zones d'activités économiques |
| <input type="checkbox"/> Environnement | <input type="checkbox"/> charte paysagère, |
| <input type="checkbox"/> Habitat – Logement | <input type="checkbox"/> étude de faisabilité d'une OPAH de revitalisation rurale, |
| | <input type="checkbox"/> cahier des préconisations architecturales, |
| | <input type="checkbox"/> cahier des préconisations de devantures commerciales, |
| <input type="checkbox"/> Patrimoine | <input type="checkbox"/> étude écopatrimoniale, |
| <input type="checkbox"/> Services | <input type="checkbox"/> schéma d'usage des TIC |
| | <input type="checkbox"/> schéma des services à la population |
| <input type="checkbox"/> Tourisme | <input type="checkbox"/> schéma d'organisation de l'offre d'information touristique, |
| | <input type="checkbox"/> schéma des hébergements touristiques, |
| | <input type="checkbox"/> schéma territorial des activités de pleine nature. |

Ces schémas ont été élaborés dans un travail de concertation qui associe l'ensemble des acteurs locaux depuis dix-huit mois :

- le Conseil de Développement, dans le cadre de la formation-développement qui s'est clôturée par un forum, puis lors des différentes réunions de son Conseil d'Administration, et dans le cadre des sept commissions thématiques du Pays, au sein de chacune desquelles le Conseil de Développement dispose d'un tiers des sièges,
- le Comité Syndical du Syndicat Mixte du Pays Haut Languedoc et Vignobles,
- les onze communautés de communes adhérentes du Syndicat Mixte de Pays, sous forme de rencontres de chaque Conseil Communautaire et de réunions de travail collectives,
- le Parc Naturel Régional du Haut Languedoc, partenaire territorial¹.

Des séances de travail ont également été menées avec de nombreux partenaires institutionnels et territoriaux, dont les Chambres Consulaires², dans le cadre d'approches thématiques.

En référence évolutive à une Charte de Développement élaborée en 2002, le présent document constitue une première synthèse du projet politique territorial du Pays à l'horizon 2013, traduisant le développement local tel que voulu localement.

➔ Vingt-cinq objectifs ont été clairement identifiés pour la période 2008-2013 ; ils viennent ainsi détailler et "revisiter" la charte de développement à laquelle ils visent à apporter une déclinaison concrète.

➔ Ces objectifs ont donné lieu à la définition d'une soixantaine de mesures, destinées sur la pluri-annualité à répondre de manière positive aux enjeux forts du territoire.

➔ Ces mesures seront ensuite concrétisées en projets ou opérations, qui déclineront annuellement le projet territorial, au croisement des priorités du Pays, du Département et de la Région.

La présentation suivante, synthétique, décline la séquence :

"Thématiques Objectifs stratégiques Mesures

Elle est complétée par des fiches d'objectifs opérationnels sur trois ans et par une maquette financière prévisionnelle indicative.

Elle sera nourrie ultérieurement par des fiches-opération relatives à la programmation annuelle 2008.

Les objectifs

Le Pays a défini vingt-cinq objectifs forts sur la période 2008-2013, qui renvoient aux préconisations des schémas territoriaux réalisés en 2006 et 2007³.

¹ 34 communes du Pays sont en zone PNR

² Ces différentes approches seront détaillées au fil de l'eau

³ La plupart de ces schémas sont à ce jour terminés ou en voie d'achèvement ; restent à finaliser le schéma des ZAE et la structuration de l'offre culturelle.

Thématiques	Objectifs	Mesures
Culture	1 Amener le spectacle vivant au plus près des habitants	1.1 Diffusion de spectacle vivant
	2 Soutenir la pratique musicale amateur	2.1 Encourager la pratique musicale d'ensemble
	3 Mutualiser les moyens	3.1 Structurer les politiques culturelles 3.2 Mutualiser les animations culturelles 3.3 Renforcer l'enseignement musical
Economie	4 Animer l'économie du territoire	4.1 Associer les acteurs économiques 4.2 Coordonner l'action économique
	5 Privilégier maintien et développement des entreprises	5.1 Organiser la reprise d'entreprises 5.2 Soutenir les démarches qualité et de mises aux normes des TPE 5.3 Travailler l'identité commerciale des TPE
	6 Renforcer les pôles économiques et de services	6.1 Soutenir la modernisation des outils de production 6.2 Animer les commerces de bourg centre 6.3 Structurer les marchés de plein vent 6.4 Mettre en valeur et commercialiser les produits locaux
	7 Accompagner l'immobilier d'entreprises	7.1 Accompagner le développement des zones d'activités 7.2 Suivre l'implantation du pôle d'intérêt régional 7.3 Maintenir les entreprises en milieu rural
	8 Appuyer les filières industrielles	8.1 Accompagner la filière marbre 8.2 Accompagner les professionnels de la filière bois
	9 Maintenir les espaces agricoles ouverts	9.1 Accompagner en amont le programme d'arrachages 9.2 Accompagner la diversification
	10 Améliorer le revenu agricole	10.1 Développer les circuits courts de commercialisation
	Environnement	11 Préserver les milieux naturels et paysagers
12 Maîtriser l'énergie et contribuer au développement des		12.1 Mobiliser les acteurs sur la maîtrise de la consommation énergie 12.2 Contribuer au développement des énergies renouvelables
13 Informer, sensibiliser et éduquer à l'environnement		13.1 Sensibiliser et former aux enjeux environnementaux 13.2 Structurer l'offre pédagogique et mettre en réseau les acteurs 13.3 Assurer une veille environnementale
Habitat	14 Aménager le territoire	14.1 Maintenir et développer capacités d'accueil en habitat permanent
	15 Améliorer le cadre de vie	15.1 Valoriser le patrimoine privé 15.2 Aménager l'espace public
Patrimoine	16 Connaître et comprendre le patrimoine	16.1 Définir une offre pédagogique du patrimoine 16.2 Développer l'approche ethnographique et archéologique 16.3 Poursuivre et intensifier les travaux d'inventaire
	17 Sauvegarder et valoriser le patrimoine	17.1 Apporter un appui technique aux projets 17.2 Garantir une cohérence générale des thèmes et des contenus 17.3 Susciter la valorisation d'équipements structurants 17.4 Accompagner les sites majeurs et emblématiques 17.5 Soutenir et protéger les sites fragiles à fort potentiel 17.6 Initier une démarche qualité pour un meilleur maillage des sites
	18 Partager et dynamiser le patrimoine	18.1 Animer un réseau d'acteurs "ambassadeurs" 18.2 Développer les TIC dans les métiers du patrimoine 18.3 Elaborer une programmation annuelle d'événements 18.4 Construire une offre touristique patrimoniale
Tourisme	19 Accompagner et fédérer les professionnels du tourisme	19.1 Favoriser l'implantation d'activités et développer les prestations 19.2 Mettre en place un plan qualité hébergement 19.3 Qualifier et mettre en réseau les prestataires
	20 Développer les équipements structurants	20.1 Professionnaliser, mettre en réseau et aménager les OT 20.2 Développer les tourisms thématiques 20.3 Structurer les équipements sportifs et de loisirs 20.4 Harmoniser la signalétique touristique
	21 Optimiser les moyens de promotion et de communication	21.1 Promouvoir une promotion coordonnée 21.2 Réaliser une communication globale concertée et cohérente 21.3 Commercialiser les hébergements et les produits touristiques
Services	22 Vivre en bonne santé	22.1 Elaborer et mettre en œuvre un projet territorial de santé 22.2 Accompagner les projets en cours
	23 Améliorer les services aux familles	23.1 Densifier les services à la petite enfance 23.2 Prévenir les difficultés éducatives
	24 Accompagner le développement numérique	24.1 Lever les freins au développement de l'usage des TIC 24.2 Assurer une animation TIC sur le territoire
	25 Garantir l'accès de tous aux services publics	25.1 Rapprocher les services de la population 25.2 Améliorer la mobilité

Culture

La politique culturelle, à l'échelle d'un Pays de quatre-vingt neuf communes, doit se concevoir comme un service public, un outil de cohésion et de lien social, un vecteur de développement local et de communication. Trois objectifs sont identifiés :

Objectif 1 : Amener le spectacle vivant au plus près des habitants

Le Pays conduit deux festivals : "Les Hivernales du Rire et du Vin" (6 soirées), "Musiques au Cœur du Vignoble" (10 soirées) avec une fréquentation moyenne de 200 personnes par soirée (soit + 20 % par rapport à 2006). Trois communautés de communes du Pays ont également une programmation culturelle : Entre Lirou et Canal du Midi, Le Minervoïs, Monts d'Orb.

Mesure 1.1 : Diffusion de spectacle vivant, la diffusion de spectacle vivant est nécessaire pour pallier un manque, favoriser l'équilibre du calendrier des manifestations, et le maillage du territoire, le but étant d'amener la culture de qualité au plus proche des habitants. Cette action contribue à la lisibilité de l'action du Pays. De plus, la déclinaison culturelle dans le cadre de ces festivals constitue un vecteur significatif de développement économique, par la valorisation des atouts du territoire : patrimoine architectural, identité culturelle, produits du terroir⁴.

Objectif 2 : Soutenir la pratique musicale amateur

Le Pays Haut Languedoc et Vignobles a la volonté de soutenir avec force la pratique amateur. Le territoire est caractérisé par un patrimoine musical historique très marqué, notamment autour de la musique de kiosque et d'harmonie. Cette spécificité est à valoriser afin que les élèves des écoles de musique puisse faire perdurer la pratique de ces instruments (cuivres et bois). Compte tenu du dynamisme local et des compétences présentes, la musique a donc été identifiée comme prioritaire. Un projet a rassemblé les musiciens et choristes qui pratiquent la musique sur le territoire. La création d'un Orchestre de Pays composé d'un chœur et d'une harmonie, encadré par des professionnels, est alors apparue comme une solution à la bonne échelle, permettant de fédérer les ensembles déjà existants. Les chorales et orchestres d'harmonie présents sur le territoire étaient déjà nombreux et dynamiques et avaient la volonté de ce regroupement. Cet enjeu répond à un réel besoin du territoire.

En 2007, la création d'un spectacle de 170 exécutants sur scène, mêlant musique, chant choral et conte, sur le thème fédérateur du centenaire des événements viticoles de 1907 avec un très grand succès auprès de la population, s'est traduite par six représentations sur le territoire. Elles ont été accompagnées de la présentation d'une exposition "Clairon et crayons des jeux de la vigne". Un film et un CD seront réalisés à l'occasion des trois dernières représentations.

Cet orchestre a vocation à se développer. En effet, au-delà du domaine artistique, ce projet inter générations permet à des habitants du territoire de créer du lien social incontestable qui est ici un facteur de réussite. Une nouvelle création voit déjà le jour, avec un thème qui permettra de valoriser l'identité paysagère du territoire, véritable atout touristique et économique. La diffusion de cette création pourra s'étaler au-delà de l'année 2008, avec un enrichissement possible sur le contenu artistique. L'idée est toujours d'encourager la pratique musicale d'ensemble d'artistes amateurs encadrés par une équipe pédagogique professionnelle.

Mesure 2.1 : Encourager la pratique musicale d'ensemble, par la pérennisation de l'Orchestre/Harmonie de Pays, avec une deuxième édition basée sur la création d'un spectacle musical et visuel sur l'identité paysagère, avec une coordination sous forme d'encadrement professionnel de la formation constituée.

Objectif 3 : Mutualiser les moyens culturels

Le Pays se doit de contribuer à une coordination de l'ensemble des structures s'intéressant à la culture. Trois volets sont déclinés afin de mutualiser les moyens.

Dans Leader +, une démarche collective a permis de coordonner les fêtes vigneronnes sous un label "Couleurs vigneronnes" permettant la mise en réseau et la mutualisation des moyens. Le thème fédérateur du centenaire a permis de donner un sens et une unité sans dénaturer le caractère de chaque manifestation. L'exposition du Pays a été mise à disposition des organisateurs gratuitement. Un journaliste a également animé les cafés débats vigneronnes, en compagnie d'un intervenant spécialisé dans le thème choisi par le maître d'ouvrage.

Mesure 3.1 : Structurer les politiques culturelles, par une étude de structuration, permettant de positionner le Pays dans la nouvelle dynamique culturelle de l'ouest héraultais et d'élaborer un projet culturel 2008 - 2013, afin :

- de mettre en réseau les acteurs culturels (diffuseurs de spectacle, lieux d'exposition, artistes, associations de pratique amateur...)

⁴ Des conférences gratuites sont proposées au cours de ces deux festivals avec une fréquentation moyenne de 50 personnes, sur les thèmes de la symbolique du vin depuis l'antiquité et les événements de 1907.

- de rendre plus lisibles les politiques culturelles (Région, Département, Pays, Parc, communautés de communes) et clarifier les rôles, en termes de temps de spectacles, mais également de lieux : salle de spectacles (Bédarieux), Domaine de la Pièce (Saint-Gervais), Domaine de Rouéire (Quarante).

Mesure 3.2 : Mutualiser les animations culturelles, par la réédition de la ligne de programmation "Couleurs vigneronnes" orientée sur une thématique paysagère, en transversalité des missions Patrimoine, Environnement et Habitat, par la création de l'agenda culturel et la coordination de la formation aux organisateurs de spectacles.

Mesure 3.3 : Renforcer l'enseignement musical : le manque de structuration de l'enseignement musical est à l'image des taux de réussite scolaires⁵ : la musique permet d'enseigner des valeurs éducatives essentielles aux enfants comme le respect, l'écoute, la persévérance. L'ouverture de l'esprit et l'accomplissement personnel visent à "élever" un enfant, parallèlement à un enseignement scolaire qui laisse peu de place à l'éveil artistique. Face à ce réel enjeu de société, l'idée d'une école de musique de Pays est à l'étude, avec une gestion unique, des professeurs itinérants et des cours collectifs plutôt qu'individuels pour réduire les coûts ...

⁵ Les résultats scolaires du territoire et le taux de réussite au baccalauréat sont nettement au dessous de la moyenne nationale. De même, la proportion de cadres est très faible et le taux de chômage élevé.

Economie

- Le Pays Haut Languedoc et Vignobles compte 2 778 structures économiques immatriculées⁶, avec les caractéristiques suivantes :
- 55 % des entreprises n'emploient pas de personnel, 32 % ont moins de 10 salariés ; seules 5 entreprises ont entre 50 et 99 salariés dont 4 sur Bédarieux, une a moins de 200 salariés et elle se situe sur la commune d'Avène.
 - 87 % des entreprises du Pays Haut Languedoc et Vignobles sont classifiées micro entreprises,
 - 99,5 % des entreprises sont des petites entreprises

Bédarieux est la ville des services et la zone économique dynamique du Pays ; elle totalise 398 structures économiques répertoriées INSEE. Le second pôle économique est Saint-Pons de Thomières, avec seulement 172 structures. Le maillage du territoire se trouve naturellement composé de zones d'activités économiques groupées ou diffuses, réparties sur le territoire.

Cinq objectifs relatifs au développement économique ont été identifiés.

Objectif 4 : Animer l'économie du territoire

Sur le territoire, les communautés de communes n'ont pas la ressource humaine en capacité de répondre à la demande ponctuelle ; les « communes isolées » ont besoin d'informations sur l'économie et les services des territoires alentours. De nombreux organismes font des permanences ou interviennent sur le Pays.

Pour répondre à l'attente de tous et conformément au rôle du Pays qui est de développer les échanges internes et externes pour une mise en réseau des acteurs ; il est proposé d'animer l'économie du territoire en associant les acteurs économiques au sein d'un réseau organisé et en coordonnant les actions.

Mesure 4.1 : Créer une cellule économique : composée des acteurs économiques qui se réuniront périodiquement pour échanger leurs informations sur le territoire et s'enrichir des actions engagés à mettre en œuvre sur l'ensemble du Pays. Ce réseau d'informations doit permettre d'instaurer une cohérence de réseau et permettre à tous les acteurs de mieux se connaître pour mieux ouvrir ensemble. L'objectif est d'être réactif à toutes sollicitations.

Mesure 4.2 : Coordonner l'action économique, par :

- l'organisation de rencontres économiques : le territoire est composé de 99,5 % de petites entreprises, souvent, très préoccupées par les soucis quotidiens de gestion, d'approvisionnement, de commercialisation ... Ces petites structures ont du mal à organiser une veille juridique, sociale ou fiscale, elles ont besoin d'informations pour adapter leur fonctionnement aux évolutions contextuelles. L'information collective de proximité devrait favoriser la mobilisation des chefs d'entreprises et favoriser les échanges.
- l'élaboration d'un guide des acteurs économiques : ce document reprendra tous les organismes effectuant des permanences sur le territoire et l'interlocuteur privilégié et sera complété par les dispositifs d'accompagnement éligibles sur le territoire ; pour favoriser le développement du territoire, il est important d'en assurer la promotion en participant à des manifestations économiques départementales, régionales ou nationales. Le guide édité, accompagné du réseau des entreprises constitué, la participation ne sera que plus fructueuse.

Objectif 5 : Privilégier le maintien et le développement des petites entreprises

Après analyse des quelques chiffres, on constate que, si 99,5 % des établissements sont de petites entreprises, la démographie révèle que :

- 40 % des entreprises commerciales ont plus de 55 ans,
- 32 % des entreprises artisanales ont moins de trois années d'exercice et 45 % ont moins de 5 années d'exploitation.

Il faut, donc, dans un premier temps enrayer la tendance des commerces vieillissants pour renouveler l'offre et assurer les services aux populations arrivant sur le territoire. L'enjeu pour le Pays est de développer la formation et les compétences pour assurer la reprise des activités et engager une politique de développement économique.

Mesure 5.1 : Organiser la reprise des entreprises : les consulaires oeuvrent sur le premier point mais l'enjeu est bien d'aboutir à la reprise de l'unité commerciale. Les actions à mettre en œuvre sont plus orientées vers des ouvriers en capacité à évoluer dans leur carrière professionnelle.

Mesure 5.2 : Soutenir les démarches qualité et de mises aux normes des TPE, par la déclinaison territoriale des opérations nationales.

Mesure 5.3 : Travailler l'identité commerciale des TPE : pour permettre à ces petites structures économiques de passer le cap des cinq années d'exercice, il est capital de leur apprendre à bien communiquer pour bien commercialiser. L'enjeu est bien d'avoir un maillage de solides entreprises pérennes sur le territoire.

⁶ Les très petites entreprises (TPE) sont en France les entreprises de moins de 20 salariés. En fait, il n'existe aucune définition officielle, si ce n'est celle fournie par la DCASPL (Direction du commerce, de l'artisanat, des services et des professions libérales). La Commission Européenne a pris une recommandation (6 mai 2003 - 2003/361/CE) pour définir les micro entreprises (entreprises de moins de 10 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel ou le total du bilan n'excède pas 2 millions d'euros) et les petites entreprises (entreprises de moins de 50 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel ou le total du bilan n'excède pas 10 millions d'euros).

Objectif 6 : Renforcer les pôles économiques et de services

Au vu des précédents éléments, il apparaît nécessaire de conduire une opération collective de modernisation auprès des entreprises. Les précédentes opérations (Orac – Charme) datent des années quatre vingt dix, sur le territoire ; elles ont marqué l'économie local par la dynamique occasionnée. L'enjeu, en renouvelant cette opération, consiste à recréer une dynamique commerciale sur les hauts cantons et la partie vignobles actuellement en souffrance. : favoriser l'acquisition de matériels neufs, réaménager les locaux, améliorer les façades en liaison avec l'OPAH "Habiter au Pays" sont autant d'atouts pour faciliter la reprise des entreprises.

Mesure 6.1 : Soutenir la modernisation des outils de production par la mise en place d'aides directes aux entreprises.

Mesure 6.2 : Animer les commerces de bourg centre, en travaillant avec les associations de commerçants artisans, il est possible de créer des animations (semaine commerciale) à l'échelle du Pays.

Mesure 6.3 : Structurer les marchés" de plein vent"

Mesure 6.4 : Mettre en valeur et commercialiser les produits locaux par la création d'une "Porte du Pays", lieu entrant pour assurer la promotion des productions et des savoir-faire locaux.

Objectif 7 : Accompagner l'immobilier d'entreprises

Sur le territoire on recense 18 zones d'activités économiques et de nombreux projets (extension ou création). Parallèlement, des communes, pour répondre à des besoins identifiés, doivent offrir de l'immobilier d'entreprise (atelier relais) pour conserver en milieu diffus la principale activité communale. On constate aussi que 48% des communes ont un document d'urbanisme qui ne correspond plus à l'application de la loi SRU et parfois on retrouve l'existence de zones d'activités non répertoriées comme telles.

Le Pays a vocation à maîtriser l'aménagement de l'espace et de l'environnement ; il doit donc mettre en place une offre de qualité pour assurer la maîtrise du développement économique, en contenant l'urbanisation et en préservant les espaces remarquables du Pays.

Mesure 7.1 : Accompagner le développement des zones d'activités, en les incitant à adopter un document d'urbanisme conforme à leurs besoins. Si le Pays souhaite maîtriser l'immobilier d'entreprises et mettre en œuvre un schéma territorial des zones d'activité, il doit donner les moyens d'agir. L'accompagnement des collectivités portera sur le choix d'un outil le plus adapté aux contraintes communales. La cohérence territoriale permettra d'améliorer l'offre d'immobilier d'entreprises tout en préservant les espaces naturels remarquables et en conservant un maillage cohérent du territoire.

Mesure 7.2 : Suivre l'implantation du pôle d'intérêt régional et le projet d'hôtel/pépinière d'entreprises : Bédarieux, premier pôle économique du Pays avec 398 entreprises a le projet d'améliorer ses services aux entreprises. Le Pays suivra le programme d'investissement et relaiera sur l'ensemble du territoire l'information.

Mesure 7.3 : Maintenir les entreprises en milieu rural : l'entreprise en milieu diffus a vocation à s'y maintenir pour assurer le service aux populations. Pour organiser son développement, favoriser l'adaptation des locaux aux besoins de fonctionnement, la collectivité peut être sollicitée dans le cadre de la procédure de construction d'ateliers-relais. Le Pays accompagnera l'ensemble des interlocuteurs.

Objectif 8 : Appuyer les filières

La richesse géologique et naturelle sur le territoire du Pays a été support de nombreuses activités économiques : exploitation des forêts, carrières et mines. Il reste quelques carrières de marbres, de granits et des gravières. L'enjeu est d'appuyer les filières s'appuyant sur l'orientation stratégique de la charte qui est de valoriser les ressources naturelles.

Mesure 8.1 : Accompagner la filière Marbre : Sur le territoire, on extrait des marbres de qualité qui sont principalement exportés pour une valorisation à l'étranger, principalement l'Italie. Il est important de redonner le goût de la pierre dans la réhabilitation des logements en utilisant les productions locales. En soutenant la filière marbre cela permet de contribuer à la réouverture prochaine d'une unité d'extraction. Travailler avec les professionnels à la recherche de produits innovants utilisant les granulats devrait générer un impact environnemental sur le territoire.

Mesure 8.2: Accompagner les professionnels de la filière Bois : sur le territoire du Pays, la forêt représente une superficie totale de 1 000km² dont 800 km² constitués de forêt privée et 200km² gérés par l'Office National des Forêts. Les essences sont le hêtre, le résineux, le chêne et le châtaignier ; cette ressource de par sa diversité présente une valeur économique importante : l'accompagnement des professionnels de la filière bois, à se structurer pour la création d'une filière bois énergie valorisera une ressource à exploiter : la plaquette forestière.

Agriculture et produits locaux

Le Pays Haut Languedoc et Vignobles, dernier espace rural du Département de l'Hérault, reste un espace agricole marqué par la viticulture, au sud, et par la polyculture/élevage dans sa partie septentrionale, avec de nombreux produits de qualité à forte renommée :

- AOC Coteaux du Languedoc, Saint-Chinian, Faugères, Minervois, et Vins de Pays de la Haute Vallée de l'Orb,
- navet de Pardailhan, pois chiche de Carfencas, marron d'Olargues, cerise de Mons, ...

La crise de mévente que connaît la viticulture aujourd'hui se traduit par des enjeux forts en matière de développement durable, liés au programme d'arrachages définitifs, qui laissent présager des impacts négatifs en matière environnementale, sociale et économique : ce sont en effet, pour les campagnes 2005-2006 et 2006-2007 près de 1.300 hectares qui seront concernés par l'arrachage.

Le Pays a identifié deux objectifs majeurs liés au maintien et au développement de l'agriculture locale.

Objectif 9 : Maintenir les espaces agricoles ouverts

Mesure 9.1 : Accompagner en amont le programme d'arrachages : Plusieurs centaines d'hectares viendront à court terme altérer la qualité des paysages viticoles, risquant de créer des friches paysagères aux effets négatifs visuels, écologiques et économiques. Ces impacts doivent nécessairement être maîtrisés dans le cadre d'une gestion effective des arrachages.

Il s'agit pour le Pays d'accompagner les acteurs de la filière par groupements (caves, appellations, ...) afin de procéder, en amont de l'arrachage, à une gestion des parcelles. Cette mesure s'inscrit dans l'action développée conjointement par le Conseil Régional Languedoc-Roussillon et le Conseil Général de l'Hérault.

Mesure 9.2 : Accompagner la diversification : Sur le territoire, une forte proportion des surfaces arrachées connaîtront un retour à la friche agricole ; il s'agit, pour le Pays, de contribuer à la minimisation de cet usage par destination. De nouvelles pistes de diversification agricole doivent être recherchées afin de pouvoir pallier, tout au moins partiellement, ce programme d'arrachages et faire en sorte que ces terres gardent une destination agricole.

Des pistes sont en cours de développement sur le thème des plantes aromatiques et médicinales, notamment dans le cadre d'un projet de coopération Leader +, qui doivent permettre de créer des niches de diversification agricole à fort potentiel de développement.

Objectif 10 : Améliorer le revenu agricole

Mesure 10.1 : Développer la création de circuits courts de commercialisation : la variété et la qualité des productions agricoles du territoire appellent le développement de nouvelles formes de mise en marché, existantes à la marge, et à développer afin de maîtriser sur place le maximum de valeur ajoutée agricole.

Des actions collectives de commercialisation en circuits courts seront développées aux niveaux suivants : points de vente, marchés, ateliers collectifs, actions de promotion, ...

Un volet particulier pourra être développé dans le cadre de la coopération transnationale Leader, sur le thème des "locande", lieux de promotion et de vente mis en place par des GALs issus de différents pays dans de grandes villes européennes.

Environnement

Le Pays, véritable mosaïque de paysages - montagne, contreforts montagneux, vallées sinueuses, piémonts, plaines viticoles... qui sont autant d'atouts privilégiés auxquels s'ajoutent de nombreuses ressources énergétiques renouvelables : solaire, éolien, hydraulique, bois... - doit faire face aux enjeux climatiques et aux évolutions territoriales (monde agricole, développement de zones d'activités économiques, multiplication de nouveaux arrivants...), autant d'éléments entraînant une pression foncière de plus en plus forte qui tend à dénaturer, uniformiser et banaliser nos paysages.

Or, ces atouts paysagers et patrimoniaux sont le fondement de l'attractivité de notre territoire. Nous devons donc veiller à la préservation et à la gestion de ces espaces par un repérage des zones et sites sensibles afin d'orienter nos actions et recommander une utilisation rationnelle de cette richesse paysagère et ainsi assurer la préservation et la valorisation de tout ce qui fait la richesse du territoire. Il est aujourd'hui urgent de réguler et maîtriser cette extension si nous souhaitons protéger et maintenir ce cadre et cette qualité de vie.

Maîtriser et prendre systématiquement en compte l'impact environnemental des activités humaines et des aménagements, sur le territoire du Pays, dans tous les secteurs d'activité (agriculture, économie, patrimoine...), est dès lors une priorité :

- mission de veille environnementale sur les actions que nous engageons ;
- mission de conseil et de préconisations pour celles que nous accompagnons ;
- mission d'information auprès des acteurs du territoire (collectivités, associations, entreprises...).

Dans une perspective de gestion durable de ses ressources, et afin de participer activement à la lutte contre le réchauffement climatique, le Pays souhaite accompagner les actions contribuant à l'efficacité énergétique et permettant la préservation des milieux et de la biodiversité : il a donc décidé de mettre en œuvre un Plan Climat Territorial.

Objectif 11 : Préserver les milieux naturels et paysagers

Les milieux naturels préservés de ce territoire participent à l'image identitaire du Pays. En effet, cette haute valeur environnementale du Pays est une plus-value potentielle élevée, en termes de qualité de vie et d'attractivité.

L'agriculture, plus particulièrement la viticulture, contribue à cette richesse paysagère et environnementale mais ce secteur doit faire face à d'importantes mutations ; le développement urbain se fait bien souvent au détriment des préoccupations paysagères et environnementales, qu'il s'agisse de la pression foncière sur les communes à proximité de l'agglomération Béziers Méditerranée entraînant la création de nouvelles zones d'activités, quartiers résidentiels... ou de l'éparpillement et du mitage du bâti sur les communes rurales plus reculées.

Il faut donc préserver le cadre de vie privilégié qui fait la richesse de notre territoire par une gestion durable de nos atouts économiques. Cet enjeu est transversal, il concerne l'ensemble des acteurs et tous les secteurs économiques du territoire. La prise de conscience doit être générale et partagée.

Mesure 11.1 : Préserver et valoriser les sites & paysages sensibles, par la mise en place des préconisations de l'étude (charte paysagère)

Mesure 11.2 : Planifier et anticiper le développement urbain, par la mise en place des préconisations de l'étude (charte paysagère)

Mesure 11.3 : Découvrir et partager la diversité des paysages, par des actions de sensibilisation aux enjeux paysagers

Objectif 12 : Maîtriser l'énergie, contribuer au développement des énergies renouvelables

Le réchauffement climatique est aujourd'hui une réalité qui ne fait plus débat. Ce changement climatique nous concerne tous puisque l'ensemble des secteurs de l'économie y contribue.

Considérant que « *la meilleure énergie et la moins chère est celle que l'on ne consomme pas !* », l'enjeu prioritaire du territoire est la maîtrise de l'énergie.

Par ailleurs, l'efficacité énergétique et la valorisation des énergies renouvelables sont deux composantes essentielles du développement durable du territoire. En effet, elles contribuent à la protection de l'environnement, génèrent des emplois, valorisent le développement local des territoires et diversifient l'approvisionnement en énergie.

Mesure 12.1 : Mobiliser les acteurs du territoire sur la maîtrise de la consommation d'énergie, par la création sur le territoire, d'un Espace Info Energies et d'un programme d'animations sur les problématiques énergétiques, par la mise en place d'un diagnostic énergétique du patrimoine communal.

Mesure 12.2 : Contribuer au développement des énergies renouvelables sur le territoire, par l'accompagnement des projets territoriaux visant à relocaliser la production d'énergie.

Objectif 13 : Informer, sensibiliser et éduquer à l'environnement

L'acquisition de nouvelles attitudes vis-à-vis de la nature et de l'environnement devient en effet une urgence, du geste le plus simple à une prise de conscience responsable des équilibres à sauvegarder.

La sensibilisation et l'information du grand public, ainsi que l'éducation des jeunes, jouent un rôle prépondérant dans la protection de l'environnement et constituent la politique préventive la plus rentable à long terme. Le maintien de la qualité des espaces naturels du territoire passe donc par une sensibilisation du public à l'impact que nos activités peuvent engendrer sur le territoire et ainsi développer des actes responsables.

Cette sensibilisation nécessite la présence sur le territoire de personnes compétentes pour pouvoir répondre à ces problématiques, mais aussi engager des campagnes de sensibilisation, des animations sur une filière professionnelle, dans une entreprise, auprès des écoles... Par ailleurs, la sensibilisation générant de la demande, il importe d'avoir sur le territoire des entreprises, des artisans, des associations, expérimentés et sensibilisés à ces problématiques, afin de pouvoir conseiller et répondre aux exigences des maîtres d'ouvrage privés comme publics.

Mesure 13.1 : Sensibiliser et former les acteurs aux enjeux environnementaux du territoire, par l'élaboration d'un programme pédagogique sur le paysage, des animations de type "Bistr'eau", l'édition de guides de bonnes pratiques sur l'eau, la mise en place d'un label des communes ec-eau-nomes, la formation des professionnels à l'éco-construction.

Mesure 13.2 : Structurer l'offre pédagogique et mettre en réseau les acteurs de l'éducation à l'environnement, avec la mise en place d'un forum sur l'éducation à l'environnement.

Mesure 13.3 : Assurer une veille environnementale territoriale et conseiller les acteurs du territoire dans le cadre des actions engagées, par l'accompagnement des projets pédagogiques.

Habitat

Le Pays Haut Languedoc et Vignobles s'est doté d'une charte afin de déterminer ses stratégies en matière de développement durable, de gestion de l'espace, de développement économique et d'amélioration de l'habitat et du cadre de vie comme **facteur de développement local**

Malgré une tendance générale à l'accroissement de la population, du nombre de ménages et donc théoriquement des besoins en logements, le parc de logements se caractérise par :

- un parc vacant de 3886 logements, représentant 11% du parc total en 1999, ce qui est nettement supérieur aux 6% ou 7% nécessaires à la fluidité du marché. Cette vacance restant concentrée dans le parc ancien : 86% des logements vacants datent d'avant 1949 (3344 unités), alors que la part des logements anciens est de 68% dans le parc total.
- le développement en parallèle d'une production de logements neufs soutenue, alimentée essentiellement par l'accession à la propriété surtout sur les secteurs périurbains. On note ainsi que dans la période 2000-2005, 3434 permis de construire ont été délivrés ce qui représente 10% du parc de logements de 1999.
- une faiblesse comparativement de l'investissement locatif tant en secteur privé que public
- un poids important des résidences secondaires qui tendent à concurrencer l'habitat permanent : le taux de résidences secondaires de l'ordre de 20 % en 1999 à l'échelle du Pays, (certaines Communautés de communes ayant des taux de résidence secondaires compris entre 20 et 40 %) indique au recensement partiel de 2004-2005 une tendance à la croissance avec un taux de 23 %

Objectif 14 : Aménager le territoire

Il convient de permettre au territoire de maintenir et de développer des capacités d'accueil en habitat permanent et équipements contribuant au développement économique local et aux équilibres sociaux et démographiques.

Mesure 14.1 : Maintenir les capacités d'accueil en habitat permanent : l'Opération Programmée d'Amélioration de l'Habitat de Revitalisation Rurale d'une durée de 5 ans doit permettre l'amélioration des conditions d'habitat, d'accès et de maintien au logement des populations résidentes et notamment des plus modestes. Elle vise l'objectif de 800 logements à rénover (320 à destination locative et 430 logements de propriétaires occupants, 15 logements locatifs dans le cadre du PST et 35 logements communaux. L'enveloppe financière est de l'ordre de 5 M€ sur 5 ans, générant 22 M€ de travaux.

L'OPAH sera accompagnée d'une action d'accompagnement du secteur BTP, en termes d'information et de formation.

Objectif 15 : Améliorer le cadre de vie

L'arrivée d'une population nouvelle entraîne souvent un mitage de l'espace rural (une urbanisation très lâche en milieu rural) et pose des difficultés de raccordement (assainissement, électrification.....). Ce mitage est préjudiciable aussi dans son impact paysager. Cette maîtrise peut s'effectuer à partir d'une réflexion des collectivités concernées par ces mouvements, (entre communes périurbaines et agglomération). Elle doit aussi être définie par la délimitation des espaces réservés à l'urbanisation future, en considérant la préservation des espaces remarquables.

L'Opération Programmée d'Amélioration de l'Habitat de Revitalisation Rurale prévue sur tout le territoire du Pays Haut Languedoc & Vignobles sera complétée par des actions d'accompagnement dont certaines auront pour but la revalorisation des centres anciens.

La mise en valeur des façades dans les bourgs centres permettra de re-dynamiser et de mettre en valeur le village.

Cette action sera en faveur de tous les propriétaires qui souhaiteront restaurer leur façade tout en respectant un cahier des charges.

La revalorisation des centres anciens est un objectif de l'Opération Programmée d'Amélioration de l'Habitat de Revitalisation Rurale qui passe par la production de logements dans les bourgs mais également par la mise en place d'action d'accompagnement, comme une opération façade. Les façades sont la partie privée constituant l'espace public, leur restauration ont donc un impact direct sur le cadre de vie des habitants des centres anciens (espaces publics, places...).

Cette action est donc destinée à encourager tous les propriétaires (résidences principales ou secondaires) à engager des travaux de façade qui répondent à un cahier des charges précis. Le cahier de recommandations architecturales édité par le Pays Haut Languedoc & Vignobles sera également un document de référence.

Mesure 15.1 : Valoriser le patrimoine privé, par la mise en place de l'opération Façades, par la mise en valeur des devantures commerciales et artisanales,

Mesure 15.2 : Aménager l'espace public, dans le cadre d'îlots d'aménagement et de restructuration urbaine, et par l'accompagnement de la politique des Villages de Caractère.

Patrimoine

Le patrimoine, matériel et immatériel, représente un enjeu fort pour l'identité, l'attractivité et la cohésion du Pays. Sa conservation et sa mise en valeur ne doivent pas occulter les risques d'un urbanisme non maîtrisé. Ainsi, il ne sera pas possible de dissocier une valorisation touristique et économique du patrimoine d'une politique ambitieuse de gestion de l'environnement et du cadre naturel.

Le patrimoine est bien réparti et assez visible; il traduit bien l'organisation sociale et les savoir-faire ancestraux. Ce patrimoine "raconte" bien la vie et l'histoire du Pays, le génie et le travail de ses habitants. Il peut contribuer ainsi à donner du sens à l'offre globale en participant aux valeurs fondatrices de l'identité.

Le patrimoine du Pays se compose de témoignages d'une organisation sociale très présente, de monuments imposants et majestueux, d'éléments plus petits imbriqués dans les paysages urbains ou naturels qui sont le témoignage des savoir-faire artisanaux et agricoles et de la vie domestique.

La diversité et le volume des sites patrimoniaux repérés (500) imposent une approche méthodique : il sera ainsi nécessaire de prendre en compte quatre niveaux d'exigence :

- rendre crédible et visible les enjeux du patrimoine
- raisonner en termes de marge de progrès et laisser du temps aux acteurs locaux pour construire un projet cohérent, en lien avec le projet global du pays
- intégrer les besoins urgents de protection et de confortation de certains édifices
- convaincre, associer et mobiliser les partenaires et les décideurs.

Trois objectifs se dégagent pour constituer un développement durable du Pays sur une définition patrimoniale accompagnée de démarches transversales, de coopération avec les collectivités et de participation des populations.

Objectif 16 : Connaître et comprendre le patrimoine

Comme nulle société ne surgit du néant, aucune identité ne peut se construire sans référence à une histoire, à des savoirs, à des valeurs transmises de génération en génération. Le patrimoine n'est donc plus compris comme un ensemble d'objets matériels ou immatériels, artistiques ou populaires, architecturaux ou sociaux, mais est devenu une notion indispensable pour penser le monde, pour rassembler symboliquement le temps et l'espace, l'origine et l'avenir, l'identique et le différent. Le patrimoine donne un autre sens aux lieux et aux territoires ; cela permet de repenser la relation entre l'ici et l'ailleurs, entre soi et les autres, entre le passé et le bientôt passé.

Le patrimoine s'entend comme lien social car il traduit nos manières de nous comporter face à nous-mêmes (mes origines, mon histoire..) et par rapport aux autres (mon lien à l'autre, aux autres).

Mesure 16.1 : Définir une offre pédagogique du patrimoine, par des produits pédagogiques adaptés : l'Ecole du Patrimoine, la Mémoire Virtuelle du Pays.

Mesure 16.2 : Développer l'approche ethnographique et archéologique

Mesure 16.3 : Poursuivre les actions d'inventaire, par la mise en place d'actions, d'apprentissages, de formations, d'offres pédagogiques et didactiques dans un souci de connaissance et de transmission des savoirs.

Objectif 17 : Sauvegarder et valoriser le patrimoine

Intervenir sur le patrimoine, c'est d'abord identifier sa valeur sociale, culturelle, économique. Pour ce faire, il faut le connaître, et le faire reconnaître, comme objet patrimonial, puis assurer sa sauvegarde et éventuellement lui trouver une nouvelle vocation dans le cadre d'un projet. C'est enfin assurer sa transmission aux générations futures.

L'offre patrimoniale repose sur des valeurs identitaires basées sur les patrimoines existants et se conjuguera, dans la mesure du possible, d'une viabilité économique. A travers la valorisation d'un site patrimonial, c'est une histoire que l'on doit restituer. Renforcer l'identité d'un territoire passe donc par la sauvegarde et la réhabilitation des éléments qui symbolisent ses caractéristiques historiques, géographiques mais aussi sociologiques. Il ne s'agit pas de figer le patrimoine environnemental et bâti mais de penser son évolution en s'appuyant sur ses spécificités.

Le Pays aura comme mission d'appuyer les projets pour sauvegarder des patrimoines en péril mais aussi d'accompagner des projets structurants de valorisation patrimoniale, à travers six mesures :

Mesure 17.1 : Apporter un appui technique aux projets et aux initiatives, par la création d'un guide méthodologique de "bonnes pratiques"

Mesure 17.2 : Garantir une cohérence générale des thèmes et des contenus,

Mesure 17.3 : Susciter la valorisation d'équipements structurants

Mesure 17.4 : Accompagner les sites majeurs et emblématiques, notamment dans le cadre du Pôle d'Excellence Rurale "Couleurs de Pierres" et dans le programme des Plus Beaux Villages de France.

Mesure 17.5 : Soutenir et protéger les sites fragiles à fort potentiel

Mesure 17.6 : Initier une démarche qualité pour un meilleur maillage des sites, en s'appuyant notamment, sur le programme des villages de caractère.

Objectif 18 : Partager et dynamiser le patrimoine

Le patrimoine doit s'accompagner de mesures de sauvegarde pour éviter toute atteinte et toute dégradation. En effet, la dénaturation d'un site ou d'un monument peut subvenir par l'afflux de populations. Ainsi dans l'approche patrimoniale générale, deux stratégies s'opposent et se complètent :

- soit le développement patrimonial s'opère par la fédération de petits monuments autour de thèmes communs,
- soit le développement patrimonial s'appuie sur un monument phare.

La stratégie du Pays va porter sur les deux approches, à travers des objectifs complémentaires : la combinaison de villages reconnus (Minerve et Olargues), de sites protégés (Caroux, Gorges de Colombières, Gorges d'Héric) et d'itinéraires thématiques en traitant la complémentarité avec les marqueurs identitaires (château de Dio, Collégiale de Capestang, Cloître de Joncels, Château&abbaye de Cassan...)

La mise en marché du patrimoine de Pays se construira grâce à l'élaboration de produits, d'itinéraires thématiques, autour du soutien aux initiatives locales, avec une fédération d'acteurs pour bâtir des événementiels, par la publication de communications collectives...

Le patrimoine peut devenir un support de développement. La valorisation des ressources patrimoniales est, en effet, un facteur direct d'activités économiques et de création d'emplois directs, indirects ou induits: métiers liés à la réhabilitation ou réutilisation du bâti, aménagement des abords, embellissement des espaces publics et d'une manière générale développement de toutes les productions liées à l'exploitation de ressources locales spécifiques, agro-alimentaires notamment avec des produits à forte qualité patrimoniale (AOC, labels régionaux...)

Mesure 18.1 : Animer un réseau d'acteurs ambassadeurs,

Mesure 18.2 : Développer les TIC dans les métiers du patrimoine, par la mise en place de visio-guides patrimoniaux

Mesure 18.3 : Elaborer une programmation annuelle d'événementiels

Mesure 18.4 : Construire une offre touristique patrimoniale, dans le cadre d'itinéraires thématiques : Route de la Transhumance, Chemin de Saint-Jacques de Compostelle, Art Roman... en s'appuyant sur deux chartes mises en place par le Pays : la charte graphique patrimoniale et la charte signalétique patrimoniale, outils de cohérence et de lisibilité.

Tourisme

Le projet touristique du Pays, territoire profondément rural, s'articule autour de deux destinations touristiques aux atouts complémentaires : le Haut Languedoc avec la présence du Parc Naturel Régional du Haut Languedoc, s'est positionné sur l'excellence environnementale et les activités de pleine nature, le Vignoble marqué par l'omniprésence de la vigne, a su développer un tourisme vigneron valorisant ses paysages, ses savoir-faire, ses patrimoines, son identité, sa culture.

Le triptyque Produits du terroir/Cadre naturel/Art de vivre méditerranéen, les caractéristiques "terroir" de l'identité locale, constituent un vecteur d'accroche, la demande de consommation touristique allant de plus en plus vers ce type d'offre :

- l'économie du terroir repose sur des productions agroalimentaires hautement identitaires : A.O.C Minervois, Saint-Chinian, Faugères, Vins de Pays Haute Vallée de l'Orb et des Côtes de Thongue, navet de Pardailhan, pois chiche de Carleucas, marron d'Olargues, cerise de Mons... vecteurs d'image de qualité du territoire.
- les espaces préservés, les paysages, prennent toute leur dimension de cadre naturel tant dans le Haut Languedoc que dans les terroirs vigneron ; leur "mise en tourisme" est envisagée dans un souci de limitation des impacts.
- une offre en hébergement touristique constituée à 80% de gîtes et de meublés positionne le territoire sur un "tourisme d'hospitalité". L'accent doit être mis non seulement sur des aménagements et des équipements répondant à une approche de confort d'usage pour tous, mais aussi sur un accueil identitaire de qualité favorisant la rencontre, le renvoi des clientèles, la mise en place de produits qui "sortent des sentiers battus"... Nous devons développer un « tourisme à façon ! » répondant aux attentes de chaque client.

Le partenariat avec le PNR, les communautés de communes, les offices de tourisme, les professionnels, les associations dans une logique d'intégration aux schémas départemental et régional est la base d'une professionnalisation de l'offre touristique de qualité, structurée et lisible répondant aux attentes des clientèles, objectif majeur du Pays. La Mission Tourisme du Pays intervient, par ailleurs, dans le cadre d'une convention de partenariat avec le Comité Départemental du Tourisme de l'Hérault.

Objectif 19 : Accompagner et fédérer les professionnels du tourisme

L'étude « Schéma des hébergements touristiques » réalisée par le Pays traduit un "tourisme d'hospitalité" cependant révélateur d'une stratégie individuelle - peu professionnelle - de valorisation du patrimoine familial.

La répartition en structure est déséquilibrée (30 % des établissements et 40% des lits sont des gîtes ou des meublés) et ne permet pas de répondre aux attentes segments comme les clans familiaux, les clientèles d'affaire, les clientèles de basses saisons, les clientèles de tourisme à thème. Le manque d'hébergements structurants et de professionnalisme des acteurs touristiques constituent un frein pour la commercialisation de produits, d'itinéraires touristiques.

Le développement touristique du Pays passe donc par une adaptation de notre parc d'hébergements à la demande et la professionnalisation des acteurs - hébergeurs, producteurs, restaurateurs, gestionnaires de site... - par une certification de la qualité des prestations proposées (travail partenarial avec les labels : Qualité Hérault, Gîtes de France...) et par une mise en réseau à l'échelle des destinations touristiques.

Mesure 19.1 : Favoriser l'implantation d'activités et développer de nouvelles prestations, pour

mieux répondre à l'évolution des demandes, notre offre doit évoluer pour être plus réactive, plus attractive, mieux segmentée et se porter vers de nouveaux marchés. Une attention particulière devra être donnée à la filière hébergement avec un soutien à la création de nouvelles structures et à l'amélioration de certaines structures existantes, notamment pour :

- l'hôtellerie et les chambres d'hôtes ; améliorer l'existant et augmenter la capacité hôtelière et chambres d'hôtes d'au moins 200 lits en créant soit des structures de plus de 50 chambres - seuil de rentabilité exige- soit des unités polyvalentes de petite taille (avec restaurant ou multiple rural).
- les villages vacances : créer 150 à 200 lits avec priorité à la requalification de l'existant et gestion confiée à des professionnels.
- Les campotels : requalifier ou poursuivre les améliorations avec une nécessaire thématisation (ex. sport et forme).
- Les campings : requalifier au moins 1000 lits (300 emplacements) en 3 étoiles avec une priorité vers les structures de taille significative (+ de 120 emplacements) et accroître l'offre en HLL ou semi dur.

Mesure 19.2: Mettre en place un plan qualité hébergement : l'amélioration de la qualité des hébergements est un axe majeur par rapport à notre positionnement et à une demande touristique de plus en plus portée sur la qualité des prestations d'hébergements. A réaliser en partenariat avec l'ensemble des labels et des institutionnels, le plan qualité vise en priorité les gîtes et les meublés labellisés et non labellisés. L'objectif est de se doter - à moyen terme - d'un parc thématisé (plein air et bien être, terroir gastronomie, histoires et légendes, rencontres et convivialité...) constitué à plus de 50 % de structures 3 épis.

Mesure 19.3: Qualifier et mettre en réseau les prestataires, par l'accompagnement individuel, par filière - une valorisation des marques de Pays type Assiettes de Pays et Cafés de pays est en cours - et collectif des professionnels du tourisme (porteurs de projet, hébergeurs, restaurateurs, producteurs, gestionnaires de site touristique, animateurs d'OTSI ...), en vue de fédérer un réseau d'acteurs et de travailler autour de notre positionnement identitaire sur la mise en place de produits touristiques sur le renvoi des clientèles. A partir d'une qualité reconnue par un label et le respect d'un cahier des charges précis relevant autant de la structure que du professionnel, le prestataire sera considéré comme ambassadeur du territoire : en tant que rôle moteur et vitrine, il fera partie des coups de cœur du Pays Haut Languedoc & Vignobles et bénéficiera d'une promotion particulière.

Objectif 20 : Développer les équipements structurants

Il est nécessaire de structurer et d'organiser notre offre en matière d'équipements et d'infrastructures afin de répondre aux exigences des populations locales, des populations de proximité (citadines) et des clientèles touristiques. cet enjeu fort du territoire doit être mené en conformité avec notre positionnement qualitatif - art de vivre, produits du terroir, cadre naturel - notamment dans la prise en compte du « confort d'usage pour tous » (accessibilité et pratiques) et de la préservation de notre capital environnemental et patrimonial.

Mesure 20.1 : Professionnaliser, mettre en réseau et aménager les Offices de Tourisme

Une étude réalisée par le Pays sur l'organisation de l'information touristique a mis en exergue un émiettement des moyens :

- **humain** : 30 % des structures d'accueil du département sont sur le Pays mais seulement 4 % des effectifs avec 21,8 équivalent temps plein -hors structure pays-
- **financier** : 1 071 000 € pour 17 offices de tourisme et syndicats d'Initiative avec de très grandes disparités de budget (rapport 1 à 10). La masse salariale est de 450 000 € (salaire brut mensuel moyen de 1330 €, à peine supérieur au SMIC) ,
- **technique** : un maillage essentiellement à l'échelle communale inadapté aux logiques touristiques,
- **juridique** : peu de conventions d'objectifs sont réalisées entre les offices de tourisme et les communes, communautés de communes.

L'étude encourage les collectivités à se fédérer pour créer dans un premier temps des offices de tourisme communautaires puis, à moyen terme, des offices de tourisme intercommunautaires. Il convient d'accompagner les collectivités dans cette mutations par trois actions phares :

- + Accompagner la structuration d'un réseau d'offices de tourisme à l'échelle communautaire, par une aide à la définition des compétences et du statut juridique, à élaborer du projet d'organisation et de développement,
- + Favoriser la formation et mettre en réseau le personnel des Offices de tourisme, en partenariat avec la FDOTSI
- + Aménager les vitrines touristiques des Destinations Haut Languedoc et Vignobles, par l'accompagnement à la modernisation des équipements et des infrastructures d'accueil touristique.

Mesure 20.2 : Développer les tourisms thématiques, pour diversifier et améliorer notre offre.

- **Tourisme fluvial** : à partir de l'organisation des services sur le Canal du Midi, dans les ports et haltes nautiques,
- **Tourisme de pleine nature**⁷ : à partir de l'amélioration des conditions de pratique (accessibilité, qualité des sites, communication...) et la mise en place de "randonnées" ; avec la Voie Ferrée Mazamet - Bédarieux et le Canal du Midi comme dorsales, nous souhaitons créer et relier un réseau structuré d'itinéraires équestres, pédestres et cyclables irriguant l'ensemble du Pays et se connectant directement aux grands centres et pôles touristiques de proximité (Béziers, Narbonne, Carcassonne, Castres, Mazamet, Lodève...).
- **Tourisme patrimonial** : à partir de la mise en valeur de sites à forte valeur patrimoniale, environnementale et paysagère : Gorges d'Héric, Musée de la Spéléologie (Courniou), Castrum d'Olargues, site de Minerve, villages de caractère et plus beaux villages de France...
- **Tourisme thermal** : à partir du développement du thermalisme, sur le site d'Avène, par ailleurs, bénéficiaire d'un label "Pôle d'excellence rurale",
- **tourisme vigneron** : dans la continuité du travail engagé, il est important de travailler l'identité et la culture vigneronne du Pays, qui seront soulignées à travers ses manifestations emblématiques, ses balades vigneronnes et son programme d'animations "Couleurs vigneronnes".

Mesure 20.3 : Structurer les équipements sportifs et de loisirs, en accompagnant la création ou l'amélioration des infrastructures tels que les piscines, la mise en place d'un réseau d'itinéraires cyclables.

Mesure 20.4 : Harmoniser la signalétique touristique : elle représente un enjeu fondamental tant dans son rôle informatif / directionnel que dans son rôle de "préservation" du cadre naturel par la limitation des panneaux sauvages. Une réactualisation du SIL sera menée en partenariat avec le CDT en 2008. Elle pourrait être complétée par un accompagnement des communautés de communes dans l'harmonisation de leur signalétique urbaine et patrimoniale.

Objectif 21 : Optimiser les moyens de promotion et de communication

Une politique de promotion, communication et de commercialisation performante passe par la mise en place d'outils élaborés en concertation avec le CDT et le CRT et répondant aux attentes des clientèles et des professionnels du territoire.

Mesure 21.1 : Promouvoir une promotion coordonnée, par le recours aux moyens les plus performants de promotion, tels le web-marketing

Mesure 21.2 : Réaliser une communication territoriale concertée et cohérente, par une répartition des éditions touristiques, suivant une hiérarchisation déjà validée par le territoire : document d'appel, guides de découvertes et carte touristique par destination, fiche patrimoniale par village.

Mesure 21.3 : Commercialiser les hébergements et les produits touristiques par le site touristique Internet du territoire, utilisant SITI et la centrale des disponibilités ; ce sera le socle de notre plan marketing.

⁷ le diagnostic réalisé (Hérault Sports) a déterminé les principales problématiques, enjeux et potentialités en matière d'activités de pleine nature : randonnée pédestre, équestre, canoë-kayak, baignade, VTT, escalade, accro-branche, tir à l'arc, course d'orientation, spéléologie...

Services

Notre projet de développement des services⁸ vise, d'une part, à **satisfaire les besoins quotidiens des habitants** et, d'autre part, à **garantir l'attractivité du territoire**.

Le diagnostic établi au cours des années 2006-2007 et le travail avec les différents acteurs des services à la population, nous ont permis de dégager quatre objectifs.

Objectif 22 : Vivre en bonne santé

Sur la base de la définition de l'OMS de la santé - "**état de complet bien être physique, mental et social ne consistant pas uniquement en une absence de maladie ou d'infirmité**" - nous nous attachons à intervenir auprès d'un ensemble d'acteurs au-delà des seuls opérateurs du soin : en effet, cette notion de la santé renvoie à trois niveaux : éducation/prévention, soin et réadaptation/suivi.

Les acteurs variés que sont les élus, les écoles, les associations, les entreprises, ont aussi un rôle à jouer tant sur l'éducation et la promotion de la santé que sur les conditions de travail et de vie. De très nombreuses décisions prises par les collectivités locales ont donc des incidences sur l'état de santé : qualité de l'eau, de l'air, de l'habitat, qualité de la restauration collective.

L'offre de soins du territoire du Pays présente des faiblesses, voire des fragilités :

- ☞ **Les secteurs les plus septentrionaux ont des temps d'accès aux urgences préjudiciables.**
- ☞ **Le vieillissement des médecins touche l'ensemble du territoire, posant le problème des départs à la retraite. Au printemps 2007, sur les 49 médecins en exercice sur notre territoire, 22 ont plus de 55 ans, 11 entre 50 et 55 et seulement 16 moins de 50. Cela laisse présager, d'ici 5 à 10 ans, d'un certain nombre de départs. Or nous savons que peu de médecins seront remplacés puisque la pratique en milieu rural attire peu.**
- ☞ **De plus, l'âge de la population du Pays est relativement élevé puisque 34% de personnes habitant ce territoire ont plus de 60 ans. Le vieillissement de la population va s'amplifier et va entraîner de façon presque mécanique un besoin en soins plus grand que par le passé.**

Deux objectifs⁹ répondent à ce premier enjeu :

Mesure 22.1: Elaborer et mettre en œuvre un projet territorial de santé globale : Le développement sanitaire local suppose une forte sensibilisation et une mobilisation des acteurs de terrain, en particulier des élus, d'où l'intérêt de construire un projet de santé territorial, c'est-à-dire construire, avec les usagers et les professionnels, une offre cohérente de services de santé et de soins.

Un projet territorial de santé permet de passer d'une logique sectorielle à une logique de territoire. Ses objectifs sont la construction d'une offre cohérente de services dans le domaine de la santé en impliquant la population, et la définition de priorités et d'axes stratégiques d'actions en concertation avec les acteurs de la santé. Il ne s'agit pas de travailler uniquement sur l'offre de soins mais aussi dans le domaine de la prévention, de l'éducation à la santé par exemple.

Mesure 22.2: Accompagner les projets en cours : Il s'agit principalement des projets de maisons médicales pluridisciplinaires mais également d'actions d'animations en direction des personnes âgées.

Objectif 23 : Améliorer les services aux familles

Les services aux familles et à la parentalité occupent une place de plus en plus importante dans la politique familiale. Selon le CREDOC, 67 % de la population estime aujourd'hui souhaitable, pour mieux aider les familles, de leur fournir davantage d'aides en nature sous forme d'équipements et de services.

"Dans une société marquée, en particulier par l'évolution des rôles des pères et des mères au sein de la famille, la mobilité des personnes, l'essor constant de l'emploi féminin et par la diversification des formes de vie familiale (ruptures, recompositions, accroissement de la monoparentalité...), les services à la famille et à la parentalité prennent une importance particulière. Ils tendent ainsi à occuper une place croissante au sein de la politique familiale" (Conférence de la famille, 2003).

Pour une population de 2.041 enfants de moins de trois ans sur le Pays (données CAF et MSA, décembre 2005), les capacités d'accueil du jeune enfant (crèches collectives et familiales) sont de 69 places et de 200 assistantes maternelles (données Conseil Général, juin 2007) sur l'ensemble du Pays. Il n'existe qu'un 1/4 relais d'assistante maternelle. Quelques initiatives ont vu le jour dans le domaine de la parentalité sur le territoire du Pays mais elles sont encore peu nombreuses malgré le besoin ressenti par de nombreux professionnels de l'éducation.

⁸ Les "services à la population" recouvrent tous les services d'intérêt général, quels qu'en soient les prestataires. Entrent dans cette catégorie tous les services de l'Etat et de toutes les collectivités territoriales, les services des établissements, organismes publics et entreprises nationales en charge d'une mission de service public, les services des organismes sanitaires et sociaux, ceux des associations et du secteur privé marchand.

⁹ Les deux objectifs liés à ce premier enjeu ont fait l'objet d'un dépôt de dossier auprès de l'Etat et de la Région, au titre du Volet Territorial du CPER 2007-2013

Deux mesures répondent également à ce deuxième objectif :

Mesure 23.1: Densifier les services à la petite enfance : développer les crèches ou mini-crèches, créer deux Relais d'assistantes maternelles couvrant ainsi l'ensemble du Pays ou créer des points info familles.

Mesure 23.2: Prévenir les difficultés éducatives : contribuer à la prévention de difficultés éducatives en aidant les parents à construire d'autres modes relationnels avec leurs enfants et adolescents et par la mise en place d'un réseau entre les professionnels de l'éducation, du social, de la santé.... La coordination entre acteurs éducatifs autour de situations individuelles ou la création des cafés des parents ou encore le développement des Points d'Accueil et d'écoute Jeunes (PAEJ) sont des actions de prévention et d'accompagnement à la parentalité.

SOUSSIGNÉ
LE 20/09/2007
SERVICE COURRIER

Objectif 24 : Accompagner le développement numérique

L'étude conduite en 2007 nous a permis d'identifier, en croisant les méthodes d'analyse, 23 communes où la couverture ADSL n'est pas suffisante et 19 pour lesquelles une analyse plus détaillée doit être faite.

Le projet Num'Hér@ult devrait répondre en grande partie à cette problématique avec des taux de couverture importants pour la quasi-totalité des communes. Nous pouvons estimer que toutes les communes du Pays seront ainsi desservies en haut débit dans un délai d'environ 24 mois, voire 36 mois pour les dernières communes.

L'état des lieux numérique du territoire est le suivant :

- le territoire est actif, mais il existe peu d'initiatives privées,
- il existe globalement de nombreux lieux d'accès (Mairie, médiathèque...) mais la plupart n'offrent pas de possibilité de formation et un accompagnement limité,
- le public attend une vraie valeur ajoutée, c'est-à-dire, plus qu'un simple accès ou un accompagnement de 1^{er} niveau (conseils personnalisés et adaptés à ses attentes),
- des personnes connectées à domicile viennent malgré tout dans ces lieux d'accès car elles recherchent des conseils, un accompagnement, un lien social...
- la situation financière des Lieux d'Accueil Multimédia est très précaire malgré une forte fréquentation,
- le parc informatique des écoles est obsolète et moins de la moitié des écoles sont connectées à Internet en haut-débit.

D'une façon générale, les TIC sont souvent considérées comme un "service optionnel" alors qu'elles doivent constituer un véritable "levier" pour la quasi-totalité des problématiques rencontrées sur le Pays.

Mesure 24.1: Lever les freins au développement de l'usage des TIC, par des actions spécifiques auprès des écoles, des communes et des élus, auprès de publics ciblés comme les retraités ou les touristes.

Mesure 24.2: Assurer une animation TIC sur le territoire : compte tenu des nombreuses actions d'animation et de coordination identifiées, la désignation d'un "coordonnateur" du projet TIC du Pays nous semble être la pierre angulaire de la mise en œuvre et du suivi du schéma de développement des TIC sur le Pays.

De plus, les lieux d'accès multimédia constituent un élément central pour permettre l'accès pour tous aux TIC et notamment aux services publics numériques mis en place par les collectivités locales. Le développement de l'accès, c'est-à-dire l'optimisation du réseau des espaces publics numériques, fait l'objet de toute notre attention.

En effet le Pays souhaite s'appuyer sur le réseau des LAM et autres lieux d'accès de son territoire pour mettre en œuvre des actions de développement de l'usage des TIC.

Objectif 25 : Garantir l'accès de tous aux services publics

Mesure 25.1: Rapprocher les services de la population : le territoire du Pays Haut Languedoc et Vignobles est profondément rural : 80 % de sa population vit dans des communes de moins de 5.000 habitants. Bédarieux, ville la plus peuplée du Pays n'en comprenant que 6.000.

A ce titre, ces populations, comme nombre de populations rurales, souffrent de plus en plus d'une carence croissante en desserte de services publics.

Consciente de ces carences, une organisation territoriale en Maisons de Services s'est progressivement mise en place sur le territoire, dans les lieux où cette carence apparaissait forte. Ces lieux offrent des permanences d'organismes publics (CAF, Sécurité Sociale, GROUPAMA, Impôts,...) à la clientèle et remplissent ainsi certaines des missions de Relais de Services Publics.

Il s'agit maintenant de compléter cette offre par la mise en place de guichets de renseignements uniques et pérenniser ces services, dans le cadre des Relais de Services Publics.

Mesure 25.2 : Améliorer la mobilité : la question de la mobilité pèse très lourd pour une partie de la population, c'est pourquoi le Conseil Général s'est saisi de cette question et prévoit la mise en place de transports à la demande. Le Pays sera associé à sa mise en place et à son développement.