



SECHERESSE
CONSULTANTS



VOSGES
ARCHITECTURE

Projet de valorisation touristique Moulin de Xamontarupt

FAISABILITE - Phase 3

RENDU FINAL
Octobre 2012



La Région
Lorraine

Conseil Général
VOSGES
votre partenaire



POUR SA BONNE COMPREHENSION
CE DOCUMENT DOIT ETRE
REPRODUIT EN COULEUR



SOMMAIRE

Mérimée Conseil remercie vivement tous les partenaires qui ont consacré de leur temps à cette mission et nous ont apportés toutes les informations en leur possession pour réaliser ce travail.

I - Contexte et enjeux	p : 3	
I-A : rappel de la mission	p : 4	
I-B : positionnement marketing	p : 5	
I-C : contraintes et opportunités	p : 6	
I-D : intégration territoriale	p : 7	
I-E : concept	p : 8	
II - Plan d'actions	p : 9	
II-A : le plan d'actions	p : 10	
III - Fiches action	p : 11	
Action n° 1 : maîtrise foncière		p : 12
Action n° 2 : aménagement phase 1	p : 16	
Action n° 3 : médiation des contenus	p : 32	
Action n° 4 : aménagement phase 2	p : 41	
Action n° 5 : gestion	p : 49	
Action n° 6 : animation	p : 51	
Action n° 7 : promotion, communication	p : 53	
IV - Synthèse	p : 56	
IV-A : hiérarchie des actions	p : 57	
IV-B : calendrier d'engagement	p : 57	
IV-C : plan de financement pluriannuel	p : 58	

I - CONTEXTE ET ENJEUX

I – CONTEXTE ET ENJEUX

I-A : Rappel de la mission

La mission confiée à MÉRIMÉE Conseil s'organise autour de plusieurs problématiques complémentaires qui correspondent aux étapes successives du travail :

- **Phase 1** : un diagnostic touristique, marketing, technique et opérationnel pour juger de l'opportunité d'un projet de valorisation du moulin puis des grandes orientations à privilégier ;
- **Phase 2** : une validation des orientations et la construction en commun, dans le cadre d'ateliers, d'un projet et d'un plan d'actions pour le mettre en œuvre ;
- **Phase 3** : la réalisation des fiches actions opérationnelles qui apportent une faisabilité complète.

Le dossier de **Phase 3** s'organise comme un document complet et récapitulatif qui pourra accompagner le maître d'ouvrage tout au long de la mise en œuvre de son projet :

- **enjeux et orientations** : concept général, stratégie, options marketing ;
- **programmation générale** : choix d'aménagement du site, des bâtiments et des machineries ;
- **plan d'actions** : axes stratégiques et fiche-actions ;
- **économie générale** : récapitulatif des budgets d'investissement, de fonctionnement, bilan d'exploitation prévisionnel ;
- **engagement du projet** : calendrier, hiérarchie des actions.

I-B : Positionnement marketing

La faiblesse du bassin de clientèle impose **la prudence pour la mise en œuvre** du projet :

- une ambition raisonnable ;
- une montée en puissance progressive ;
- une thématique légitime ;
- des modes de médiation innovants ;
- une communication dynamique...

Une offre faible en sites de visite et activités touristiques (autres que loisirs sportifs et découverte nature) qui laisse **la place pour des équipements nouveaux**.

Un projet destiné aux **clientèles du territoire** : résidents, scolaires et touristes en séjour. Pour ces derniers, la saisonnalité est double, été et hiver, notamment à cause de la proximité de la station de Gérardmer.

Un projet qui ne se fonde pas sur des objectifs économiques forts, mais sur des stratégies volontaires de **développement du territoire** :

- émergence d'un « site d'appel » ;
- construction d'une notoriété et d'une attractivité ;
- incidence positive sur l'image du territoire, sa perception auprès des résidents et des clientèles potentielles... capacité à séparer les usages touristiques et les espaces privatifs ;
- dimension juridique de la relation entre le privé et l'acteur public.

I-C : Contraintes et opportunités

Un **intérêt patrimonial indéniable** pour le territoire : paysage, architecture, patrimoine industriel, outil de production....

La **capacité spatiale d'intégrer un projet** de mise en valeur touristique, avec toutes ses composantes :

- services aux usagers ;
- espaces de visite, activités de découverte ;
- programmation culturelle, animations, événementiels...
- liens territoriaux...

Une **complexité structurelle des bâtiments** :

- mise aux normes, ERP, PMR...
- état sanitaire médiocre.

Une **problématique foncière** à lever :

- capacité à séparer les usages touristiques et les espaces privatifs ;
- dimension juridique de la relation entre le propriétaire privé et l'acteur public.

I-D : Intégration territoriale

Concevoir un projet raisonnable qui se fonde sur :

- les **politiques territoriales** portées par la collectivité et ses partenaires ;
- le territoire et l'environnement touristique afin de **ne pas créer de concurrences inutiles** mais de développer des synergies avec l'offre et les clientèles existantes et de cumuler sur les initiatives actuelles ;
- une **montée en puissance progressive** contrôlée permettant de sécuriser l'engagement des moyens financiers ;
- le **respect des intérêts réciproques** du propriétaire actuel et de la collectivité ;
- une prise en compte réaliste des **attentes et comportements des clientèles** potentielles et de leurs évolutions récentes constatées ;

... tout en conservant une réelle **volonté d'innovation et d'image** portée par le territoire dans son engagement sur le développement touristique.

I-E : Concept

Le projet de valorisation touristique du moulin s'articule sur plusieurs volets complémentaires :

- un **patrimoine à préserver et valoriser**, sans restauration trop invasive, tel qu'il nous est parvenu, dans le respect de son histoire ancienne et récente ;
- un **concept de visite et de découverte innovant** qui apporte, grâce aux nouvelles technologies, une découverte sensible et vivante du patrimoine ;
- un **site adapté aux clientèles familiales et groupes** (constitués, scolaires) avec de nombreux modes de découverte différents : promenade, loisirs, visite rapide, découverte approfondie...
- des aménagements pour **accueillir le public**, en garantissant la sécurité et l'accessibilité à tous les publics ;
- un **lieu d'animations**, de rendez-vous, d'événementiels, de manifestations temporaires... qui participe de l'offre culturelle vivante du territoire.

II - PLAN D' ACTIONS

II - PLAN D' ACTIONS

II- A : Le plan d' actions

Le plan d' actions précise toutes les actions à mener pour la mise en œuvre cohérente et progressive du projet. Les différentes actions s' articulent autour de 3 axes stratégiques qui successivement ou de manière concomitante devront être soutenus, soit :

Axe stratégique n° 1 : construire l' offre touristique

- Action 1** : maîtrise foncière
- Action 2** : aménagements phase 1
- Action 3** : médiation des contenus

Axe stratégique n° 2 : développer l' offre

- Action 4** : aménagements phase 2

Axe stratégique n° 3 : mise en tourisme de l' offre

- Action 5** : gestion
- Action 6** : animations
- Action 7** : promotion, communication

III - FICHES ACTION

Axe 1 : Construire l'offre touristique

Action 1 : Maîtrise foncière

Constat, enjeu :

- contraintes légales d'une intervention publique sur un terrain privé ;
- prendre en compte une pérennisation à long terme de l'action publique ;
- préserver le patrimoine et la mémoire industrielle du site ;
- être attentif aux intérêts directs des acteurs privés et publics ;
- demande du propriétaire d'un droit d'usage pour lui et son épouse ;
- anticiper les conflits d'usage potentiels durant la présence sur site de tous les acteurs : propriétaire actuel, action publique, pression des visiteurs touristiques.

Objectif :

- permettre et sécuriser l'implication de la collectivité territoriale Communauté de Communes de la Vallée de la Vologne pour la restauration et la valorisation touristique du moulin.

Descriptif de l'action :

Propriétaire actuel : M. Thiriet et son épouse, ayant 5 enfants en commun.

Définir le périmètre concerné par l'opération pour cession/bail :

- l'ensemble du site ;
- une partie à délimiter.

... et location/usufruit d'une partie.

Voir schémas pages suivantes.

ACTION... FONDATRICE COMPLEMENTAIRE DE RENFORT

Quelle forme pour l'implication de la collectivité publique ? :

- **acquisition à l'amiable** du bien par la collectivité, par vente simple puis relocation au vendeur (suivant des montants et modalités qui peuvent s'adapter aux conditions particulières) ;
- **vente en viager**, possibilité offerte aux communes et EPCI, tout en prévoyant que « lorsqu'un immeuble ainsi aliéné est occupé en tout ou partie par le vendeur, le contrat de vente viager doit comporter à son profit et à celui de son conjoint habitant avec lui, à la date de l'acte de vente, la réserve d'un droit d'habiter totalement ou partiellement ledit immeuble leur vie durant » ;
- **bail emphytéotique** auprès de la collectivité, d'une durée suffisamment longue (50 ans semble un minimum) et un périmètre large pour que la collectivité puisse amortir ses investissements et y développer les fonctions nécessaires à un projet touristique. Cette démarche doit alors être assortie d'un droit de préemption urbaine. Néanmoins à la sortie du bail, l'emphytéote devient occupant sans droit ni titre et doit alors quitter les lieux. Aucune tacite reconduction de ce type de contrat n'est possible. Ce qui n'est pas sécurisant pour la collectivité ;
- **mesure d'expropriation** pour cause d'intérêt public...

Maîtrise d'ouvrage :

Communauté de Communes de la vallée de la Vologne
Propriétaire actuel et son mandataire.

Partenaire(s) :

Conseils, notaires et avocats.
Service juridique du Conseil Général des Vosges.
Services de la Préfecture.
Sites ressources des ministères.
France Domaine.

Calendrier :

- démarches des acteurs concernées : 2012
- contractualisation : 2013

Budget prévisionnel :

p.m.

Variables à suivre :

p.m.

Recommandations opérationnelles :

Constat d'une insécurité à terme pour la collectivité dans le cadre d'un bail emphytéotique.
Pertinence du viager, même si la forme est rare, le « bouquet » est immédiatement transmis aux héritiers, la rente viagère assure un revenu à vie au vendeur.
Simplicité de la vente amiable.



Limites (à valider) des propriétés de M. Thiriet.

Acquisition :

Recommandation d'une acquisition de l'ensemble de la propriété, par...

- **une acquisition amiable** : relocation d'un périmètre aux époux Thiriet leur vie durant ;
- **un viager** : réserve d'un droit d'habiter l'immeuble aux époux Thiriet leur vie durant.

Libre, le bâtiment d'habitation pourra accueillir, dans un premier temps, une habitation et/ou un gardien. Par la suite, il sera une extension pratique : espace d'exposition, amélioration des circulations et accès aux différentes parties du site...

Bail :

Recommandation d'une durée suffisante pour amortir les investissements, en tenant compte des charges et contraintes, notamment de calendrier, propres aux collectivités publiques. Une durée de +/-50 ans semble raisonnable.

Périmètre de location : voir schéma, zone rouge.

Points spécifiques à régler :

- cheminement des visiteurs entre parking et scierie ;
- pisciculture, écloserie ;
- terrasse sud du bâtiment d'habitation ;
- moutons et accès aux prairies ;
- chauffage par géothermie ;
- accès turbine...



Estimation foncière :

Ensemble de la propriété, y compris le bief :
300 000 euros, hors mobilier et outillage.

Périmètre du seul projet (voir schéma), y compris écloserie :
100 000 euros, hors mobilier et outillage.

Remarques :

- **acquisition** : elle sécurise l'engagement de la collectivité, mais impose de mobiliser les financements préalables nécessaires, moyens qui peuvent manquer pour la suite du projet ;
- **bail emphytéotique** : il ne sécurise pas, à terme, la présence de la collectivité, mais permet de mobiliser l'essentiel des moyens disponibles sur le projet de valorisation touristique.

**Code général des collectivités territoriales
Article L2241-4**

Les communes sont, sur proposition des vendeurs, autorisées à acquérir, moyennant le paiement d'une rente viagère, les immeubles qui leur sont nécessaires pour des opérations de restauration immobilière, d'aménagement ou d'équipement. Lorsqu'un immeuble ainsi aliéné est occupé en tout ou partie par le vendeur, le contrat de vente viagère doit comporter à son profit et à celui de son conjoint habitant avec lui, à la date de l'acte de vente, la réserve d'un droit d'habiter totalement ou partiellement ledit immeuble leur vie durant.

Article L5211-16 (Modifié par Loi n°99-586 du 12 juillet 1999 - art. 37)

Les établissements publics de coopération intercommunale ayant compétence en matière d'urbanisme sont, sur proposition des vendeurs, autorisés à acquérir, moyennant le paiement d'une rente viagère, les immeubles qui leur sont nécessaires pour des opérations de restauration immobilière, d'aménagement ou d'équipement. Lorsqu'un immeuble ainsi aliéné est occupé en tout ou partie par le vendeur, le contrat de vente viagère doit comporter à son profit et à celui de son conjoint habitant avec lui, à la date de l'acte de vente, la réserve d'un droit d'habiter totalement ou partiellement ledit immeuble leur vie durant.




Epinal, le 30 Juillet 2012

Monsieur le Président de la Communauté de
Communes de la Vallée de la Vologne
4 Rue de la 3^{ème} Division US
88600 BRUYERES

DIRECTION GÉNÉRALE DES FINANCES PUBLIQUES
DIRECTION DÉPARTEMENTALE DES FINANCES PUBLIQUES DES VOSGES
25 rue Antoine Lavoisier
54000 Epinal Cedex
N° de l'ouverture de l'avis de recensement : 12 104 10 L 0 0 0 0 1 0 1 1
N° de l'avis demandé : 01 Juin 2012
Objet : Projet d'aménagement touristique
Affaire suivie par : Denis DOENNLEN
Téléphone : 12 425 4 088

Pour votre référence :

Affaire suivie par Denis DOENNLEN
Téléphone : 03 79 56 58 39
Courriel : denis.doennlen@djgpf.vosges.gouv.fr

Monsieur le Président,

Par lettre visée en référence, vous m'avez demandé mon avis sur la valeur vénale d'un ensemble immobilier situé 17 rue du Village à XAMONTARUPP et cadastré section A n° 458-459-460-993 pour une contenance respective de 36 x 11, 13 x 35, 17 x 95, 8 x 69 soit au total 76 x 10, propriété de Monsieur Jean Louis THIRIET.

Par référence aux données les plus récentes du marché immobilier local et eu égard à la composition de l'immeuble, à sa situation et à son état général, la valeur vénale de cet ensemble peut être fixée à 300 000 € hors mobilier et outillage.

En cas d'acquisition d'une partie du Domaine (haut-fer, saboterie, écloserie, habitation du meunier, minoterie et partie du terrain attenant) cadastrée section A n° 458p, 459, 460 pour une contenance estimée à environ 55 x 00, la valeur vénale peut être fixée à 100 000 € hors mobilier et outillage.

Il vous appartient d'en négocier l'acquisition au mieux des intérêts de votre collectivité en fonction du plafond déterminé ci-dessus.

La présente évaluation correspond à la valeur vénale actuelle, une nouvelle consultation du service du Domaine serait nécessaire si l'opération n'était pas réalisée dans le délai d'un an.

Veillez agréer, Monsieur le Président, l'assurance de ma considération distinguée.

Pour la Directrice Départementale des Finances
Publiques des Vosges et par délégation
l'Inspecteur Domaine

Denis DOENNLEN



Axe 1 : Construire l'offre touristique

Action 2 : Aménagement Phase 1

Constat, enjeu :

- un intérêt patrimonial, culturel et mémoriel fort pour le territoire ;
- un état médiocre du clos et couvert, des accessibilités et la sécurité des visiteurs à assurer ;
- une attractivité à construire par un projet innovant et ambitieux, qui dépasse la simple ouverture du site ;
- des services à intégrer : stationnements, signalétique, accueil, sanitaires...

Objectif :

- rendre accessible les principaux espaces du site ;
- proposer, en plus de l'accompagnement par conférencier, une visite libre avec les nouvelles technologies mobiles ;
- faire du moulin une entrée sur le territoire : espaces de détente, promenade, lien avec le bourg, avec la forêt...

Descriptif de l'action :

Il s'agit d'aménager le site dans son ensemble pour :

- rendre accessible les principaux intérêts ;
- minimiser les investissements ;
- optimiser les charges de fonctionnement.

En préalable, il faut identifier :

- les circuits extérieurs et intérieurs d'accès aux visiteurs ;
- la localisation des principales fonctions ;
- les différents modes de visites du site.

...puis définir les équipements à réaliser.

Les descriptifs et schémas suivant permettent d'avoir une faisabilité précise des aménagements, de leurs dimensions, des objectifs qualités puis des coûts.

ACTION... FONDATRICE COMPLEMENTAIRE DE RENFORT

Signalétique routière : 4 panneaux « marrons » : 2 sur le rond point de Docelles (D11, D44), 2 sur la D44/D11C à proximité de Xamontarupt.

Stationnements : sur les hauts du bourg de Xamontarpt, en utilisant le stationnement existant pour les cars scolaires.

Clôture : sécurisation du site, contrôle des accès sur les espaces payants.

Local d'accueil : rénovation de l'espace (confortation maçonnerie, dégagement structures intérieures, restauration du four, huisserie, électricité et réseaux numériques, sanitaires, téléphonie, accès tous publics, mobilier, banque d'accueil avec caisse spécialisée, vitrines...

Extérieurs : circulations VL et PL stabilisée, végétalisation de la clôture, mobilier de confort et de service, signalétique et panneaux d'information, mise en lumière ponctuelle, réseaux, VRD, sécurisation berges et bassins, allée et passerelle vers le bief...

Circuit de visite : suivre les demandes de la visite de sécurité, reprise des seuils et marches pour accès tous publics, confortations ponctuelles (murs, sols et plafonds), reprise des huisseries, réseaux, mise en lumière, sécurisation des machines, pose de panneaux... Le tout dans une logique discrète favorisant la proximité des publics avec le patrimoine.

Reprise du bâti : intervention minimaliste sur les bâtiments, maçonneries, couverture et charpente, huisseries...

Outils et objets mobiliers : identification (inventaire simplifié), classement et nettoyage, mise en situation...

Maîtrise d'ouvrage :

Communauté de Communes de la Vallée de la Vologne

Partenaire(s) :

Pays, Conseil Général, Région.

M. Thiriet pour identification, conception de la visite, transmission du savoir...

Calendrier :

2013 : Plan de financement ;

2014 : choix du maître d'œuvre, consultation entreprises

2015 : travaux

Ouverture : saison touristique 2015

Option : ouvertures préalables ponctuelles dans le cadre de visites accompagnées et d'événementiels (journées européennes du patrimoine, journées des moulins...)

Budget prévisionnel :

Voir tableau d'investissement.

Variables à suivre :

Engagement des travaux suivant le programme.

Fréquentation touristique.

Réalisation d'animations et manifestations temporaires.

Recommandations opérationnelles :

Mobilisation de bénévoles (associations, propriétaire actuel...) pour l'inventaire, nettoyage, l'identification des contenus de la visite, la transmission des savoirs...

Recruter un architecte scénographe pour les travaux ET la scénographie.

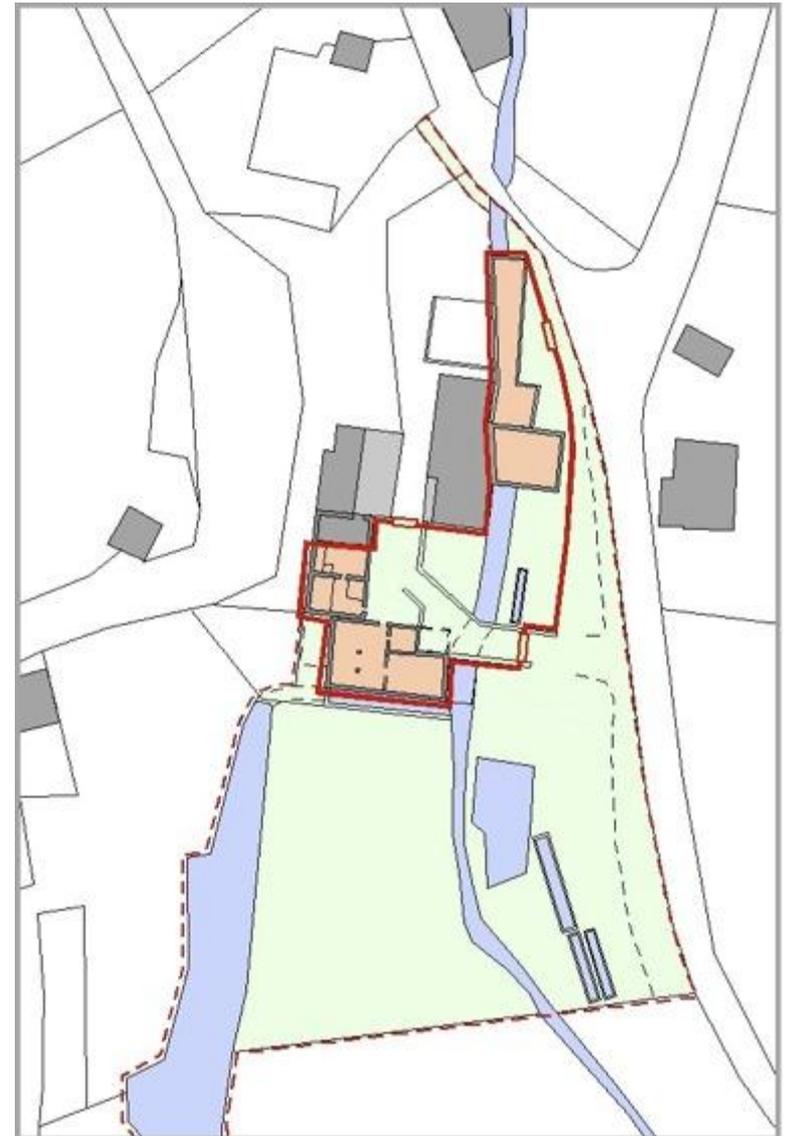
Schémas suivants :

- **Schéma n° 1** : délimitation du périmètre de sécurité qui doit être clôturé ;
- **Schéma n° 2** : organisation des espaces extérieurs et du stationnement ;
- **Schéma n° 3** : les circuits intérieurs et l'implantation de l'accueil ;
- **Schémas n° 4 et 5** : les espaces de visite : interventions et objectifs des aménagements ;
- **Schéma n° 6** : surfaces
- **Schéma n° 7** : la signalétique routière ;
- **Schéma n° 8** : panneaux, mobilier
- **Schéma n° 9** : scénographie

PERIMETRE DE SECURITE :

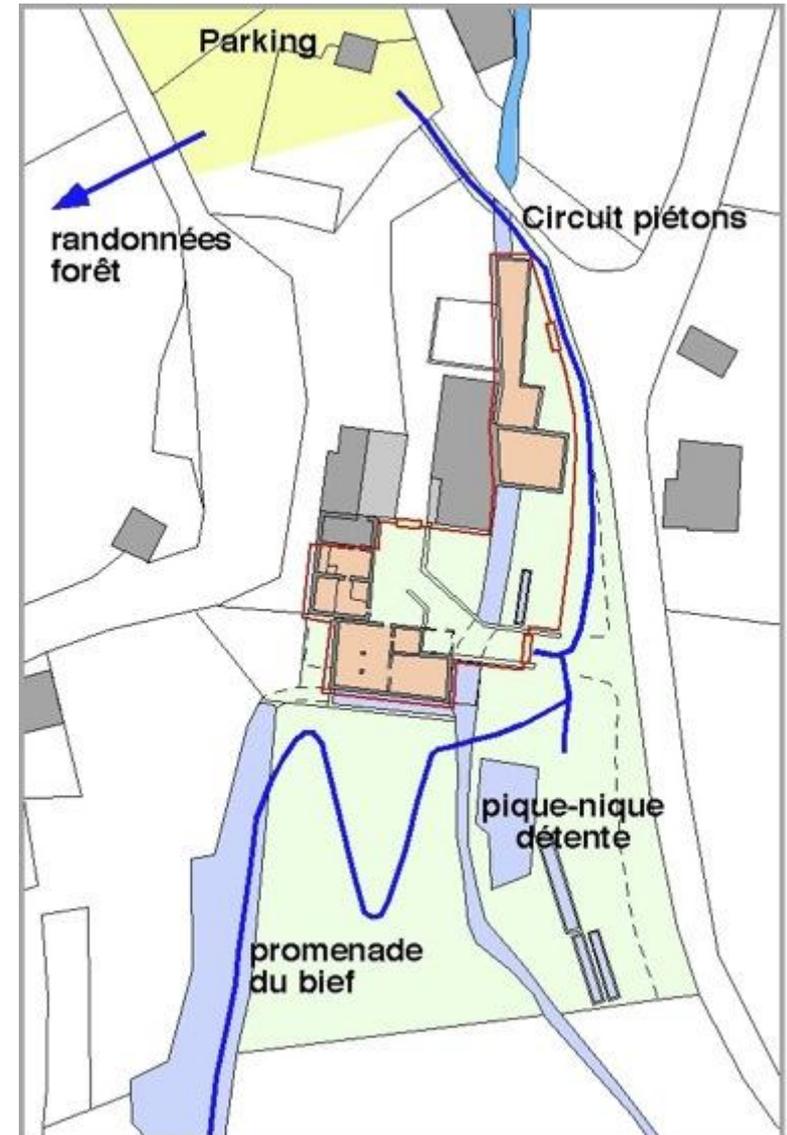
- le lien entre le stationnement et le site doit être sécurisé pour les visiteurs ;
- l'accès aux bâtiments doit être sécurisé par une clôture avec des portails. Prévoir une intervention paysagère de qualité (végétalisation palissade de bois...) ;
- le tracé doit être défini dans le cadre d'un accord avec le propriétaire. Ne pas oublier que la présence des visiteurs pourra devenir très vite une gêne forte pour le résident ;
- laisser libre d'accès les espaces extérieurs pour des activités de détente, loisirs, découverte libre, pique-nique...

-  : Périmètre du projet touristique
-  : Périmètre des espaces de visite (avec portails)



PRINCIPALES FONCTIONS EXTERIEURES :

- **stationnement** : il se fera sur le parking existant au sud du bourg. Les fréquentations touristiques n'impliquent pas dans une première phase la réalisation d'un stationnement complémentaire. L'utilisation le week-end et pendant les vacances scolaires ne perturbera pas les usages locaux et résidentiels (scolaires...);
- **accès piétons** : sécuriser le circuit piéton, notamment au passage de la rivière. Faire un revêtement de sol praticable par tous (pente, nature du sol, emmarchement...). Prévoir une dépose PMR/Groupe dans la cour ou au portail d'entrée;
- **espaces extérieurs** : aménager les espaces extérieurs en fond de vallée pour des pratiques familiales : meubles de pique-nique, sécuriser les berges et bassins, implanter quelques panneaux d'interprétation sur la pisciculture;
- **randonnées** : départs de circuits de randonnées (massif forestier, bief...) à aménager : cheminement sur l'escarpement au dessous du bief, passerelle...

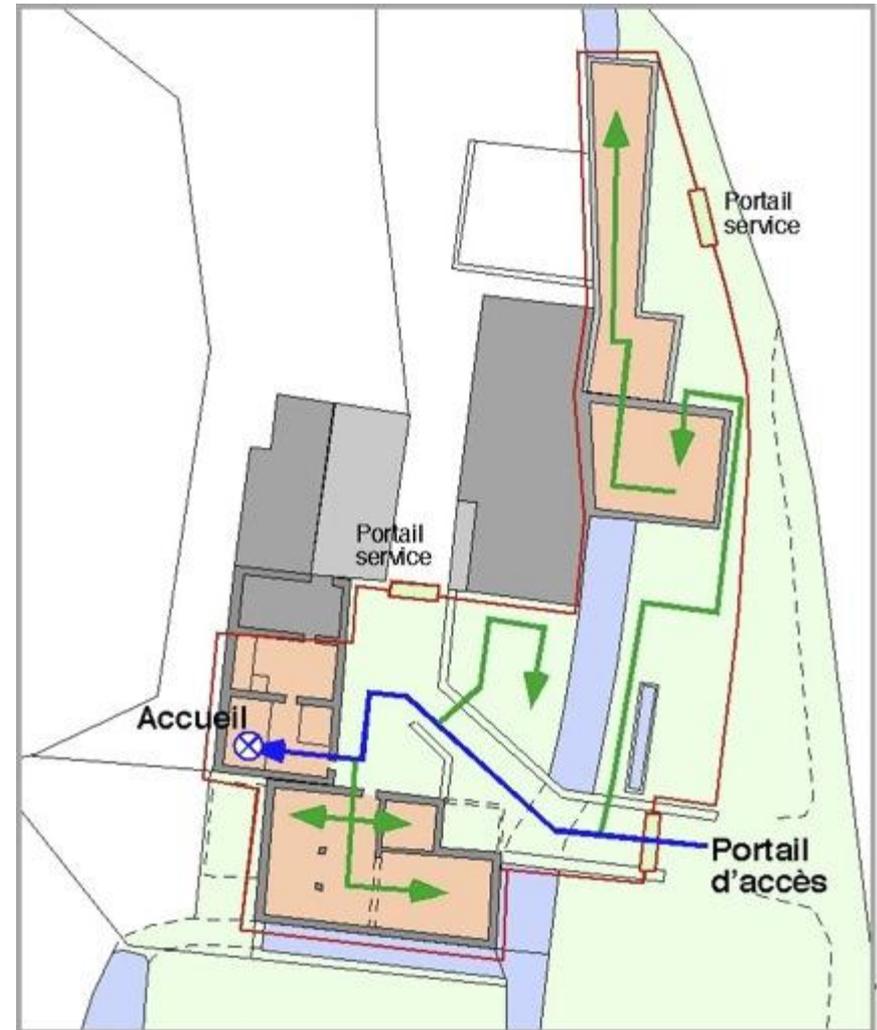


CIRCUITS INTERIEURS :

- **accès** : par le portail d'entrée, uniquement piétons sauf service et PMR ;
- **cour du moulin** : elle reste libre ;
- **accueil** : il s'implante au rez-de-chaussée de l'ancienne habitation du meunier. On y trouve :
 - banque d'accueil, caisse/billetterie ;
 - boutique, librairie, machines pour boissons froides, chaudes et friandises ;
 - point d'information touristique ;
 - sanitaires...

Remarques :

- il s'agira de surveiller que le public n'accède pas aux espaces de visite sans avoir acquitté son billet ;
- les rez-de-chaussée sont en visite libre ;
- les étages seront accessibles dans le cadre de visites accompagnées par petits groupes (maximum de 19 personnes) ;
- volontairement, dans cette 1ère phase, il n'a pas été intégré de passerelles ni de nouvelles ouvertures pour faciliter le circuit de visite.



ESPACES DE VISITE :

Accueil, sanitaires :

- nettoyage site ;
- confortation maçonnerie, sols, murs, restauration four ;
- huisseries, circuits, réseaux... ;
- mobilier, informatique, téléphonie ;
- espace pédagogique ;
- réserves, stock, matériel d'entretien.

Exposition :

- nettoyage site ;
- confortation maçonnerie, huisseries, sols, murs ;
- éclairage, réseaux, accrochage
- panneaux permanents sur les moulins des Vosges.

Forge :

- nettoyage/inventaire site ;
- sécurisation des machines ;
- mise en scène des outils et différents métiers.

Scierie :

- nettoyage/inventaire site
- confortation de la charpente ;
- sécurisation des machines ;
- mise en scène des outils et mouvements ;
- panneaux sur les matières brutes et transformées.

Saboterie :

- nettoyage/inventaire site ;
- sécurisation des machines ;
- mise en scène des outils et mouvements ;
- étapes de la production ;
- panneaux sur les matières brutes et transformées .

Potager :

- nettoyage site ;
- confortation maçonnerie, escalier sécurisation berge ;
- création de parterres, plantations ;
- utilisation de plants anciens, fleurs, légumes, fruits...
- panneaux d'interprétation.

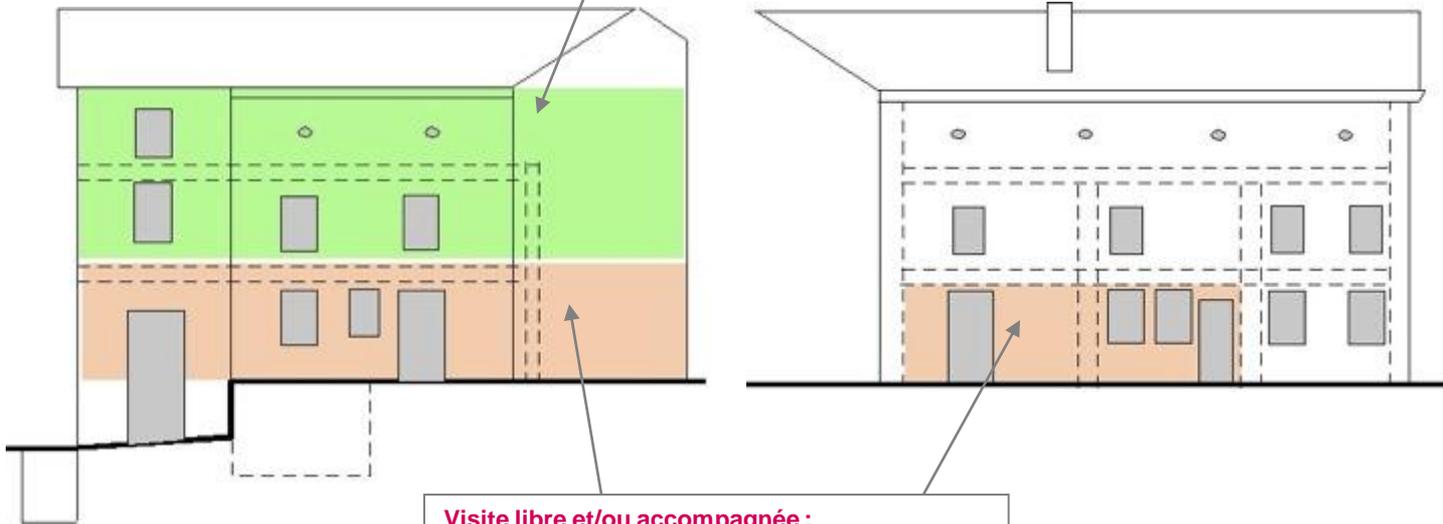
Minoterie :

- nettoyage/inventaire site ;
- sécurisation des machines ;
- mise en scène des outils et mouvements ;
- étapes de la production...



ESPACES DE VISITE :

Visite accompagnée uniquement :
- étages de la minoterie (groupe de 19 personnes maximum)



Visite libre et/ou accompagnée :
- accueil ;
- habitation du meunier ;
- espace d'exposition (ancienne huilerie) ;
- rez-de-chaussée minoterie ;
Et aussi :
- saboterie ;
- scierie ;
- espaces extérieurs : potager, pisciculture...

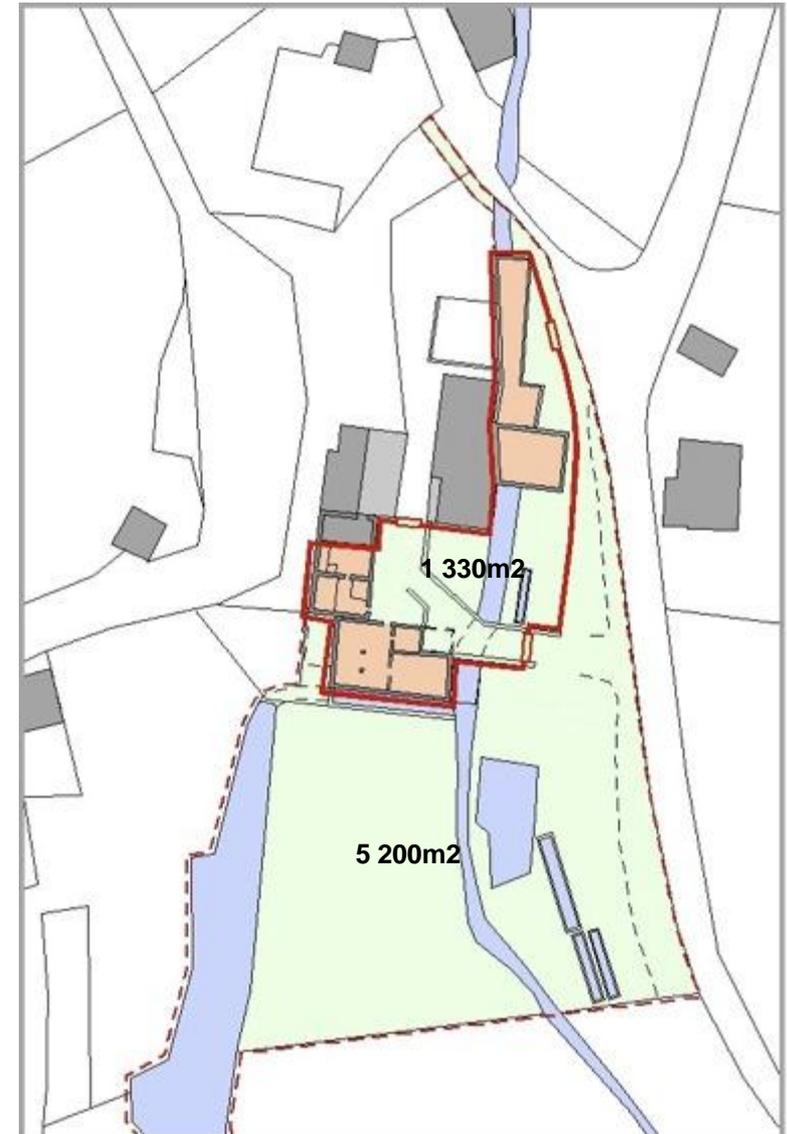
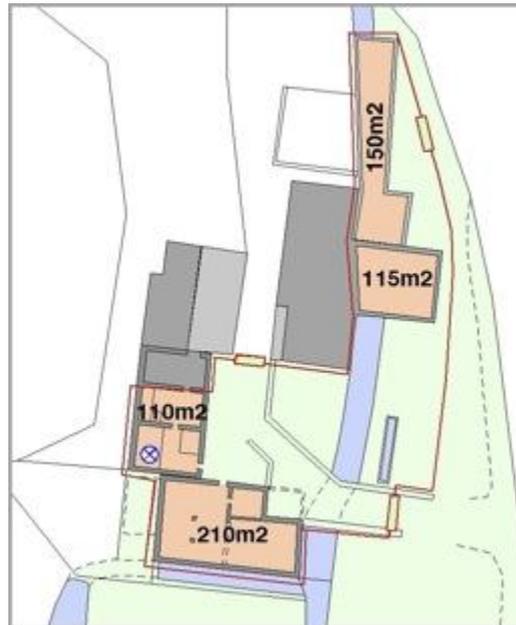
SURFACES :

Bâtiments :

- rez-de-chaussée habitation meunier : 110m²
- rez-de-chaussée minoterie : 210m²
- saboterie : 115m²
- scierie : 150m²

Autres :

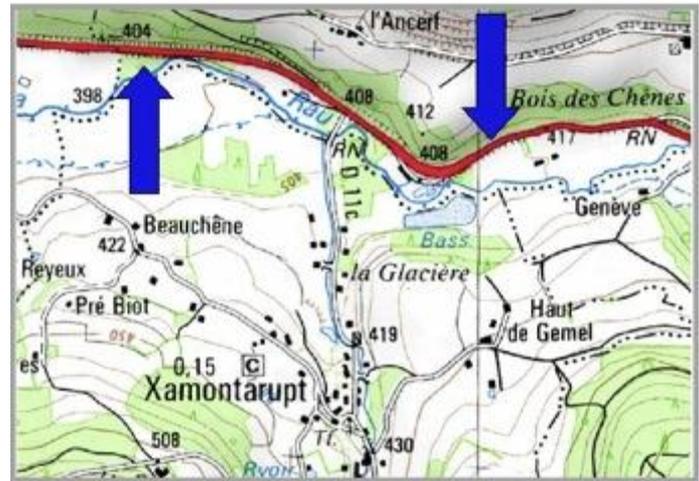
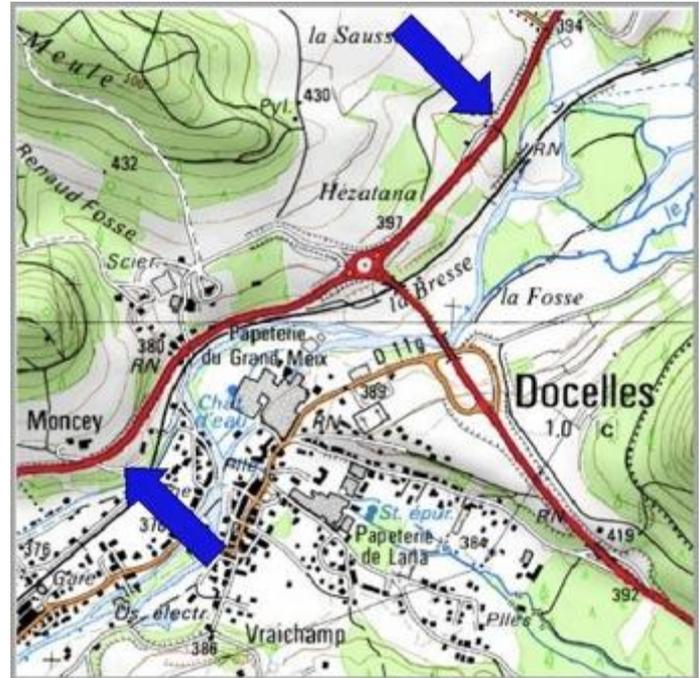
- clôture : 100m/l
- potager : 140m²
- surface site de visite : 1330m²
- surfaces extérieures totales (hors bâti et bief) : 5 200m²





Signalétique routière.

Utilisation de la charte graphique autoroutière brune.
Mettre en avant des activités : visite, détente, promenade... et pas seulement de l'architecture.
Utiliser le logo MH.





Mobilier de confort.

Une production personnalisée (même maître d'œuvre que le site ?).
Eviter le mobilier de catalogue.
Des choix qui peuvent utiliser l'humour, le temporaire, les jeux...





Scénographie

Un contraste entre une accumulation et des objets bien mis en valeur.
Des éclairages simples et évocateurs.
Quelques effets de mise en lumière dynamique...



BUDGET PREVISIONNEL D' INVESTISSEMENT :

Le budget ne comprend pas : frais d' acquisition foncière, bureaux d' études spécialisés et conséquences sur le projet, fouilles archéologiques.

Coûts travaux : ils correspondent au budget HT des entreprises.

Frais de maîtrise d'ouvrage : ensemble des charges directes à supporter par le maître d'ouvrage : relevé du site, frais de concours, rémunération du maître d'œuvre, assurances, bureau de contrôle...

Remarques :

Les dépenses dépendent fortement des choix qui seront effectués par la maîtrise d'ouvrage : quantitatif exact, objectifs qualités, abandon ou pas d'une ligne d'investissement.

Enfin, si nous préconisons bien d'engager cette phase sur une seule année de réalisation, il est néanmoins possible de l'envisager sur 2 ans.

		Unités	s/ total
PHASE 1			
signalétique urbaine/routière	1	5 500	5 500
VRD	1	8 000	8 000
stationnement	500	10	5 000
intervention paysagère générale	5200	5	26 000
intervention clos/couvert général	1	38 000	38 000
clôture	100	250	25 000
accueil	110	800	88 000
espace de visite minoterie	120	350	42 000
espace d'exposition minoterie	90	250	22 500
potager pédagogique	150	180	27 000
passerelle ruisseau	115	200	23 000
saboterie	115	200	23 000
scierie	150	250	37 500
promenade du bief	1	6 000	6 000
outils (inventaire, nettoyage, pose)	1	6 000	6 000
s/total			382 500

Frais de maîtrise d'ouvrage			
Relevés, concours, maîtrise d'œuvre, assurance...		30,00%	112 950
Total HT			495 450,00
TVA	19,60%		97 108,20
TOTAL TTC			592 558,20

APPROCHE DU BILAN D' EXPOITATION

Fréquentation prévisionnelle

Fréquentation prévisionnelle par segment de clientèle

zone de chalandise : 20 kms	Les résidents	Les scolaires	Les touristes	Les résidences secondaires
1. Taux de marché potentiel	50%	50%	70%	70%
2. Taux d'information	35%	40%	45%	40%
3. Taux d'intérêt	30%	40%	30%	40%
4. Taux d'accessibilité	40%	30%	45%	50%
5. Taux de pénétration (1*2*3*4)	2,1%	2,4%	4,3%	5,6%
6. Population de base	112 000	25 000	85 000	37 000
fréquentation de base	2 352	600	3 615	2 072
Taux de retour	0,75	0,50	1,00	0,80
Fréquentation prévisionnelle	1 764	300	3 615	1 658
	24%	4%	49%	23%
TOTAL GENERAL				7 336

Zone de chalandise : 20 km, une distance courte mais qui inclut les principaux bassins émetteurs naturels du site (Gérardmer, Epinal, Remiremont...), et qui correspond à +/- 1h00 de voiture aller/retour.

Marché potentiel : pourcentage du segment à être concerné par le projet.

Taux d'information : capacité des outils de communication à informer le segment du projet.

Taux d'intérêt : personnes potentiellement concernées par le projet sur un segment particulier.

Accessibilité : freins ou opportunités du territoire à permettre l'accès au site (réseau routier, transports en commun, proximité de bassin de chalandise...).

Taux de pénétration : résultat du cumul des taux précédents par segment.

Taux de retour : population pouvant venir plusieurs fois par an sur un site.

Calcul des clientèles existantes sur le territoire. (Insee, statistiques départementales et régionales, sources agences).

Répartition par « segments », c'est à dire par groupes de populations suivant des modes de consommation touristiques différents.

Attention : la fréquentation est estimée à partir du projet tel que décrit dans ce dossier. Si le maître d'ouvrage ne le réalise pas ou le modifie sensiblement la performance sera donc différente.

APPROCHE DU BILAN D'EXPLOITATION

Les publics, évolutions

Evolution et répartition des visiteurs par typologie

	%	nombre	adultes	enfants
Résidents principaux	24,0%	1 764	1 235	529
Scolaires	4,1%	300	0	300
Résidents secondaires	22,6%	1 658	1 160	497
Touristes en séjour	49,3%	3 615	2 530	1 084
Total fréquentation	100%	7 336	4 925	2 411

Calcul de la répartition des adultes et scolaires dans chaque segment. Approche nécessaire afin de pouvoir établir une grille tarifaire adaptée entre les adultes et enfants (dont scolaires).

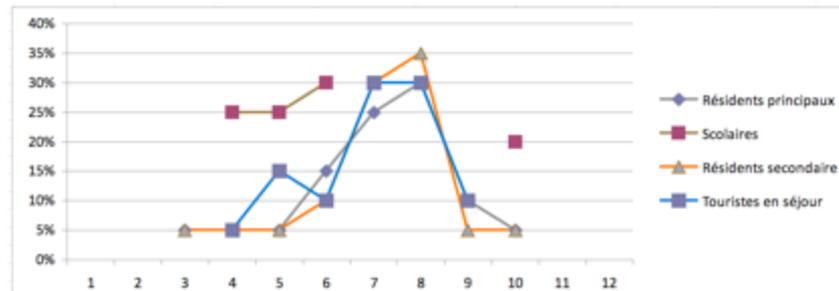
Evaluation des visiteurs sur 3 ans par typologie

		évolution	adultes	enfants	total
Année 1	Fréquentation	- 10%	5 960	2 917	8 877
Année 2	Fréquentation	- 10%	5 418	2 652	8 070
Année 3	Fréquentation	0%	4 925	2 411	7 336

Important : la fréquentation prévisionnelle dessine une « année de croisière ». Les 2 premières années seront meilleures car l'apparition d'un nouveau site touristique mobilisera fortement les médias et les clientèles. Nous appliquons donc une majoration habituellement constatée aux résultats des 2 premières années.

Analyse des clientèles par saisonnalité

	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	juillet	Aout	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
Résidents principaux			5%	5%	5%	15%	25%	30%	10%	5%		
Scolaires				25%	25%	30%				20%		
Résidents secondaires			5%	5%	5%	10%	30%	35%	5%	5%		
Touristes en séjour				5%	15%	10%	30%	30%	10%			



La répartition annuelle des fréquentations fait ressortir :

- le choix d'une ouverture sur 8 mois, avec la possibilité d'ouverture toute l'année aux groupes sur réservation ;
- l'adaptation possible du plan de communication aux périodes de fréquentation.

APPROCHE DU BILAN D' EXPLOITATION

Recettes, charges et résultat brut d' exploitation

Compte d'exploitation

		année 1	année 2	année 3	
Evaluation des recettes					
Fréquentation par typologie					
total visiteurs		8 877	8 070	7 336	année de croisière en année 3
gratuits	7%	621	565	514	un chiffre habituel aux sites culturels
visiteurs tarifés		8 255	7 505	6 823	visiteurs qui acquittent un droit d'entrée
Total visites		8 255	7 505	6 823	
Visite guidée					
<i>nombre de visites guidées</i>	30%	2 477	2 251	2 047	sur le total des visiteurs tarifés
dont adultes	70%	1 734	1 576	1 433	visiteurs payants plein tarif
dont enfants	30%	743	675	614	tarification adaptée
prix moyen visite adultes	7,00	12 136	11 032	10 029	visite avec conférencier
prix moyen visite enfants	3,00	2 229	2 026	1 842	tarif bas proposé par la collectivité
Total recettes visites guidées		14 364	13 059	11 871	
Visite libre					
<i>nombre de visites libres</i>	70%	5 779	5 253	4 776	sur le total des visiteurs tarifés
dont adultes	70%	4 045	3 677	3 343	visiteurs payants plein tarif
dont enfants	30%	1 734	1 576	1 433	tarification adaptée
prix moyen visite adultes	5,50	22 248	20 226	18 387	y compris prêt d'un iPad
prix moyen visite enfants	2,00	3 467	3 152	2 866	tarif bas proposé par la collectivité
Total recettes visites guidées		25 716	23 378	21 253	
Boutique / boissons					
nombre d'achats boutique	30%	2 663	2 421	2 201	si la boutique est bien localisée
prix moyen panier	3,00	7 989	7 263	6 603	privilégier objet à fortes marges
nombre de consommations machine	40%	3 551	3 228	2 934	distributeurs boissons et nourriture
prix moyen consommation	2,00	7 101	6 456	5 869	
Total recette boutique / boissons		15 091	13 719	12 472	
Total recettes		55 171	50 155	45 596	
Evaluation des charges					
coût matière boutique / boissons	70%	10 563	9 603	8 730	sur CA boutique / boissons
frais de personnel	68%	31 000	31 000	31 000	1 salaire annualisé + 2 stagiaires sur 3 mois
administration, bureautique / assurances	7%	3 862	3 511	3 192	en complément des moyens de la CDC
promotion / communication	15%	8 276	7 523	6 839	en complément des moyens de la CDC
énergies et fluides (chauffage / électricité)	7%	3 862	3 511	3 192	partie RDC chauffée
maintenance des installations	8%	4 414	4 012	3 648	site complexe et coûteux d'entretien
coûts directs	6%	3 310	3 009	2 736	consommables...
Total charges de fonctionnement	130%	65 287	62 170	59 336	
Résultat brut d'exploitation	-30%	-10 116	-12 015	-13 741	

APPROCHE DU BILAN D'EXPLOITATION

Calcul du Point d'équilibre

Un point d'équilibre estimé vers **11 640 visiteurs** en tenant compte de modifications ponctuelles de quelques ratios d'exploitation.

Compte d'exploitation

		année x
Point d'équilibre		
Fréquentation par typologie		
total visiteurs		11 640
gratuits	7%	815
visiteurs tarifés		10 825
Total visites		10 825
Visite guidée		
<i>nombre de visites guidées</i>	30%	3 248
dont adultes	70%	2 273
dont enfants	30%	974
prix moyen visite adultes	7,00	15 913
prix moyen visite enfants	3,00	2 923
Total recettes visites guidées		18 836
Visite libre		
<i>nombre de visites libres</i>	70%	7 578
dont adultes	70%	5 304
dont enfants	30%	2 273
prix moyen visite adultes	5,50	29 174
prix moyen visite enfants	2,00	4 547
Total recettes visites guidées		33 720
Boutique / boissons		
nombre d'achats boutique	30%	3 492
prix moyen panier	3,00	10 476
nombre de consommations machine	40%	4 656
prix moyen consommation	2,00	9 312
Total recette boutique / boissons		19 788
Total recettes		72 344

		année 3
Evaluation des charges		
coût matière boutique / boissons	70%	13 852
frais de personnel	43%	31 000
administration, bureautique / assurances	7%	5 064
promotion / communication	10%	7 234
énergies et fluides (chauffage / électricité)	7%	5 064
maintenance des installations	8%	5 788
coûts directs	6%	4 341
Total charges de fonctionnement	100%	72 342
Résultat brut d'exploitation	0%	2

Axe 1 : Construire l'offre touristique

Action 3 : Médiation des contenus

Constat, enjeu :

- un site qu'il ne faut pas transformer, mais mettre en valeur sans trop d'aménagement ;
- l'accompagnement adapté pour tous les visiteurs : une attente, voire une exigence des touristes d'aujourd'hui ;
- faire vivre et évoquer le fonctionnement de ce qui restera immobile et silencieux.

Objectif :

- une visite libre pour tous les visiteurs ;
- un accompagnement par des technologies mobiles (m-Tourisme) : site mobile, QR Code, applications, smartphones, tablettes...
- des approfondissements personnalisés : visites accompagnées, journées portes ouvertes...

Descriptif de l'action :

La constitution d'une offre de m-tourisme passe par la mise en oeuvre de plusieurs actions :

1 : Un site mobile : site internet accessible via les requêtes de l'application dédiée ou par la photographie des QR Codes implantés sur le territoire. Recommandations pour la mise en oeuvre :

- accessible et adapté aux modes de consultation : postes fixes, smartphones, tablettes...
- systèmes d'exploitation Android, iOS/iPhone ;
- requêtes via le web, des applications, des QR Code ;
- prise en compte des publics spécifiques : tous handicaps, enfants, étrangers ;
- des outils simples de statistiques ;

ACTION... FONDATRICE COMPLEMENTAIRE DE RENFORT

- gestion simple du back office (mise à jour, liens avec les partenaires et prestataires...). Formation facile du personnel dédié, production d'un manuel d'utilisation ;
- mise en avant ponctuelle des animations, manifestations et événementiel ;
- GPS complet sur une cartographie dédiée ;
- éviter les ruptures de réseaux : préparation en amont de la sortie, chargement par mise en cache...
- économies d'énergie, principale cause de la rupture de service ;
- option de diffusion sonore des contenus ;
- privilégier des solutions sans acquisition de logiciels dédiés ;
- choix de solutions évolutives, élargir à d'autres territoires, d'autres partenaires ;
- droits de propriété entièrement transférés.

La production d'une offre mobile engage des compétences nombreuses, notamment :

- prestataire pour la création du site mobile et de l'application dédiée ;
- création des circuits de visite et randonnées : choix d'une offre pertinente, conception des tracés...
- recherches documentaires : photos, plans anciens, vidéos...
- rédactionnel pour les textes, avec traductions et enregistrements pour la diffusion sonore.

2 : Deux parcours de découverte :

- le site du moulin et ses abords : implantation de QR Codes sur le site du moulin : dans le jardin, sur les extérieurs du bâtiment, à l'intérieur, aux abords ;
- un parcours urbain de Xamontarupt : implantation de QR Codes dans le bourg de Xamontarupt ;

3 : Le prêt/location de iPad : mise à disposition des visiteurs de tablettes numériques qui accompagnent leur visite.

Maîtrise d'ouvrage :

Communauté de Communes de la Vallée de la Vologne.

Partenaire(s) :

Acteurs concernés par le développement du m-tourisme :
Conseil Général, Région...

Calendrier :

En parallèle aux travaux d'aménagement.

2013 : plan de financement

2014 : recherches documentaires, contenus, enregistrement ;
Prestataires, prestation numérique

2015 : saison touristique : ouverture, test... puis modifications.

Budget prévisionnel :

Recherche documentaire :	10 000 euros HT
Rédactionnel, enregistrements :	8 000 euros HT
Conception numérique :	14 000 euros HT
Application :	8 000 euros HT
Parcours QR Code (x40) :	10 000 euros HT

Achat de 20 tablettes durcies 14 000 euros HT
Total : 64 000 euros HT.
Droits de reproduction non compris.

Variables à suivre :

Nombre d'utilisateurs.
Audit de fonctionnement, ergonomie du site mobile ;
Statistiques interne au site mobile.

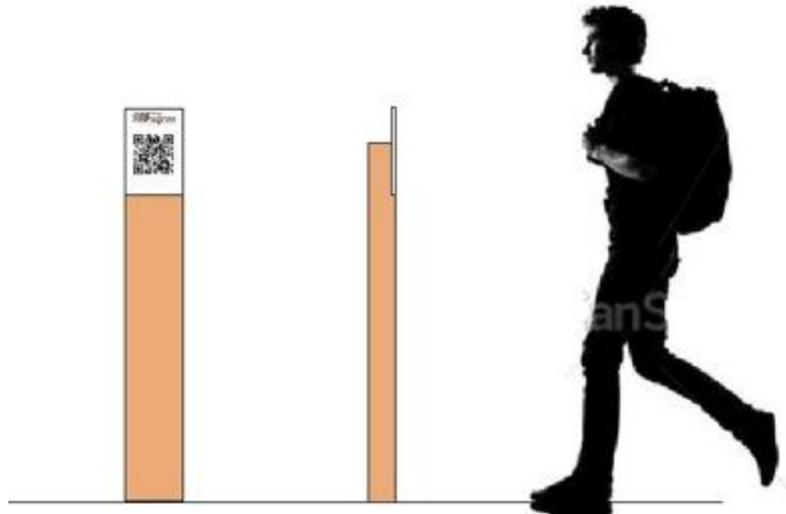
Recommandations opérationnelles :

Mettre aussi en œuvre des visites accompagnées : réservation au site ou OT.

Favoriser les « journées portes ouvertes » avec visite de petits groupes.

Pour les applications mobiles, bien positionner, en terme marketing, l'application sur les contenus, et non pas une application de préparation à la visite ou d'accueil, comme celles réalisées actuellement.

PARCOUR AVEC QR CODE



LES TABLETTES



Recharge : recharge solaire embarquée pour une durée d' utilisation illimitée.

Durcissement : étanchéité à l'eau et aux poussières, résistance aux chocs...

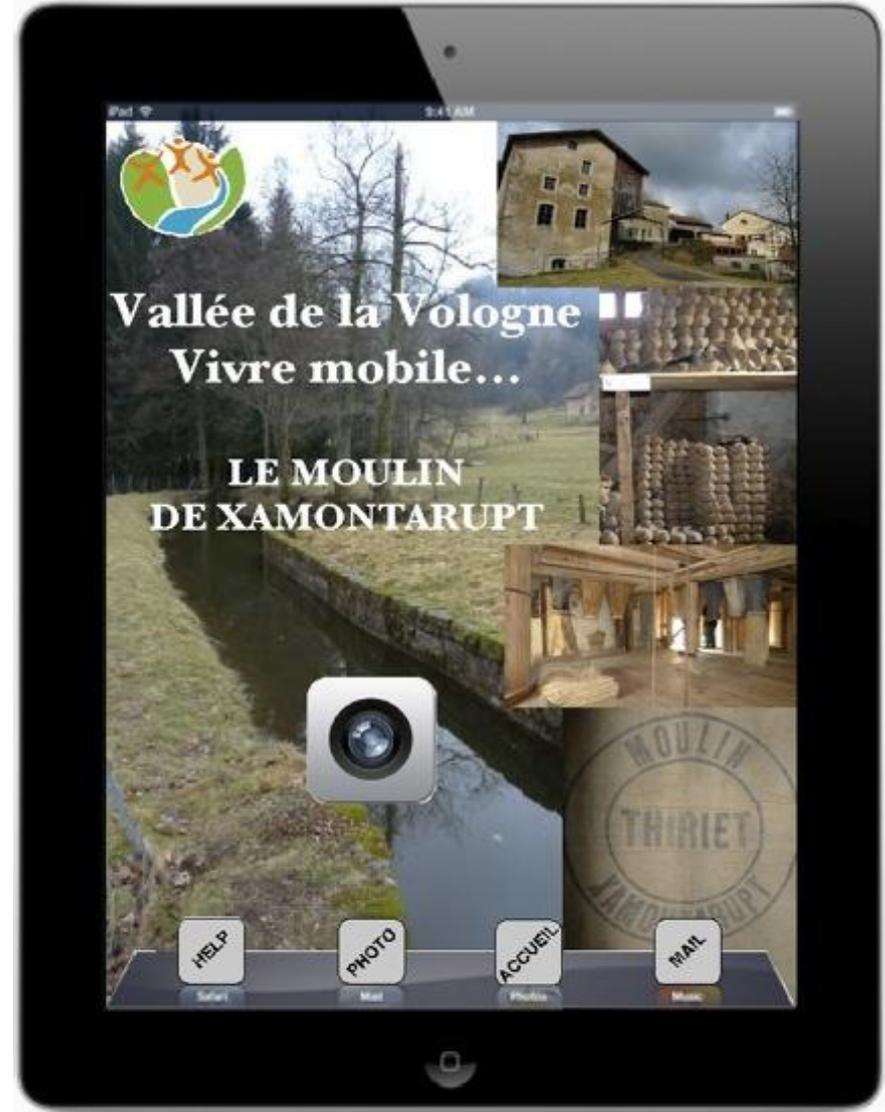
Accroche sur vélos : en option pour découvrir le territoire...

EXEMPLES D' ECRANS TABLETTE

Les exemples permettent d' illustrer :

- les différentes fonctionnalités ;
- l'ergonomie générale à obtenir ;
- les grandes thématiques possibles ;
- les mode de diffusion (images, écrits, sons) ;
- le lien avec le territoire...

Page d' accueil



CHOIX DES REQUETES



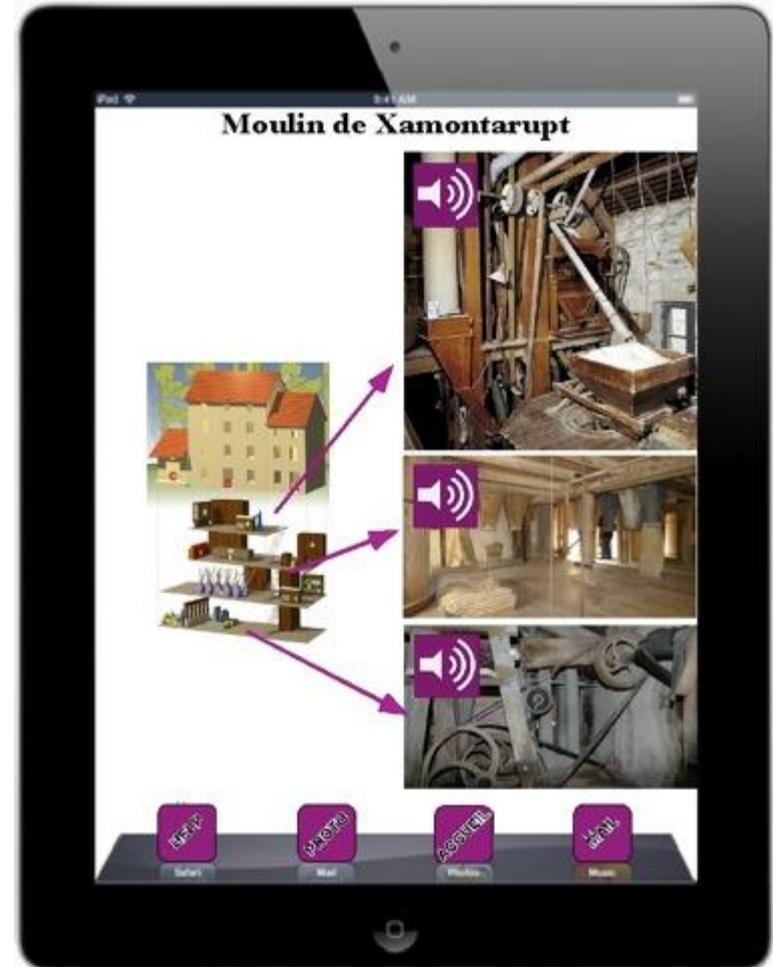
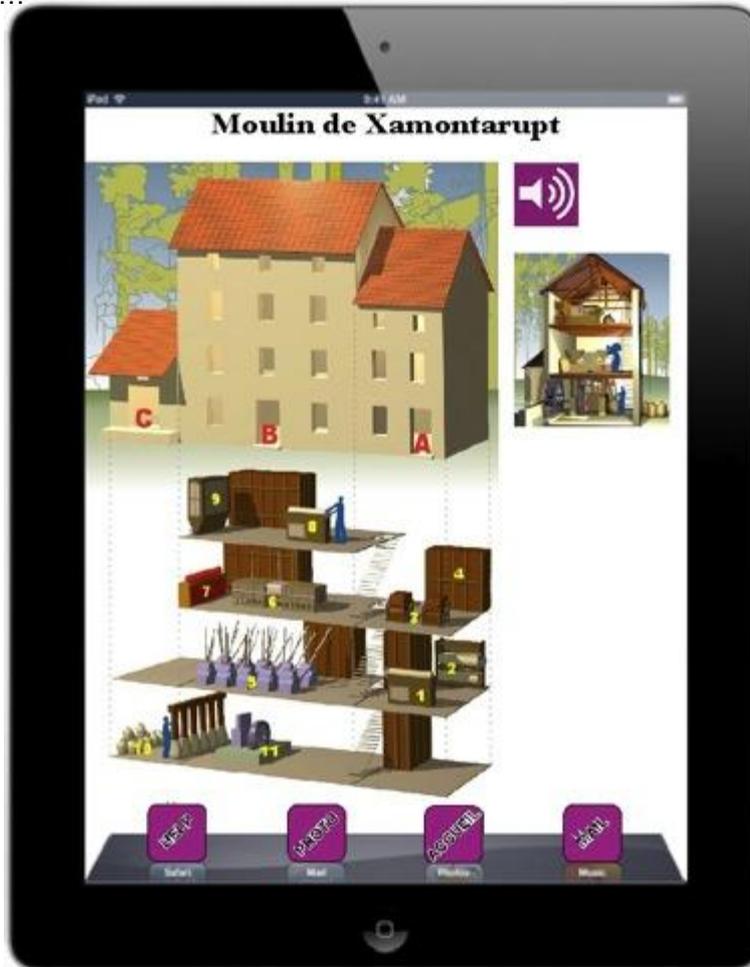
Pour accéder aux contenus de la visite, deux méthodes complémentaires sont possibles :

- requête par QR Code : à chaque étape un QR Code doit être photographié, ce qui permet d'accéder automatiquement aux pages du site mobile ;
- requête par navigation sur une application dédiée (petit logiciel) qui s'active par des touches sensibles directement sur la tablette.



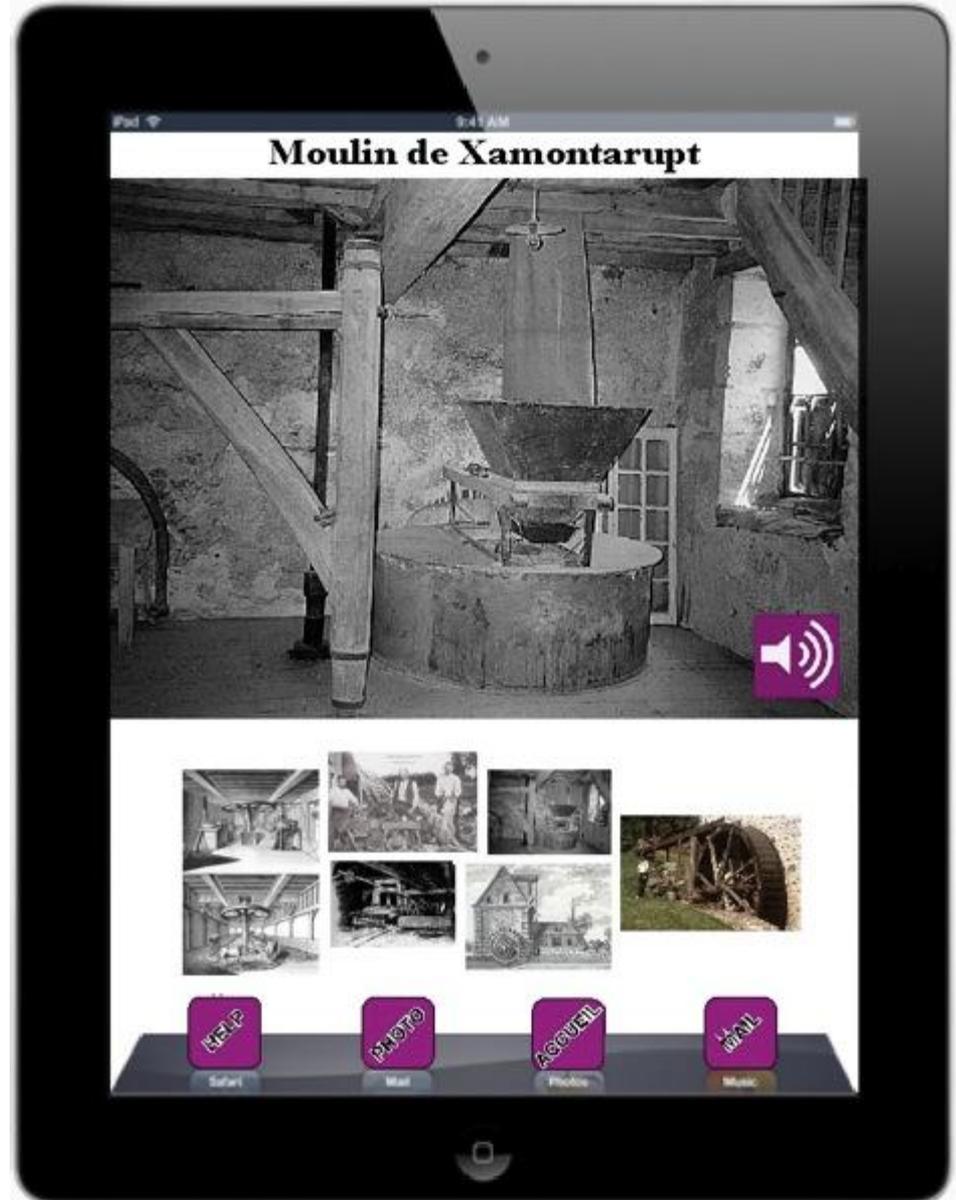
ECRANS DE VISITE

Lectures de textes.
Images statiques ou animées.
Diffusions sonores.
Vidéos...



ECRANS D' ARCHIVES

Vieilles photographies, gravures, cartes postales... illustrent ce qu' était le moulin.

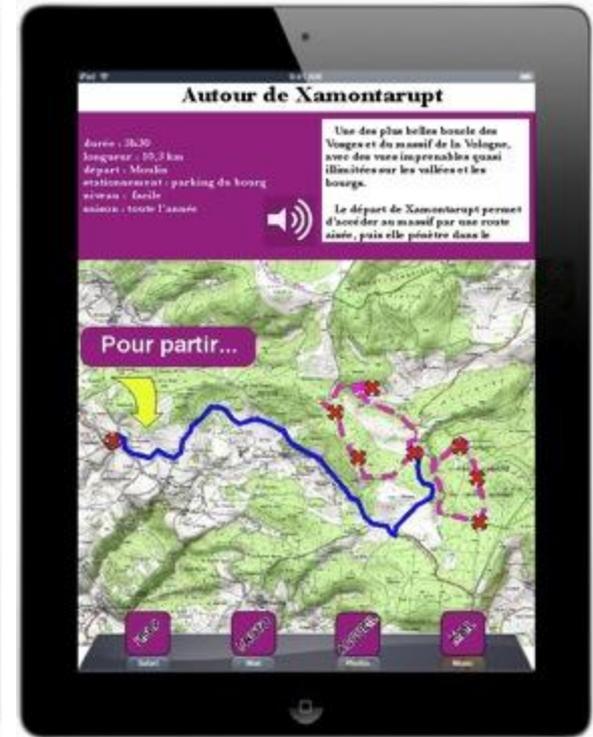
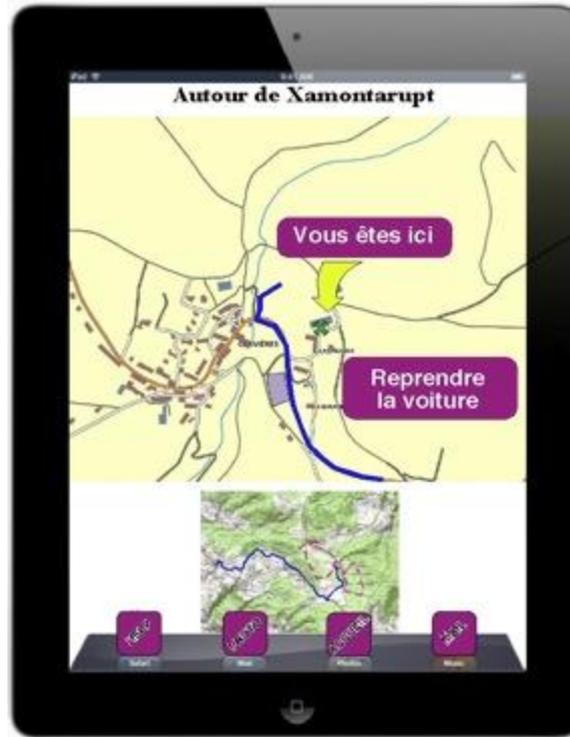
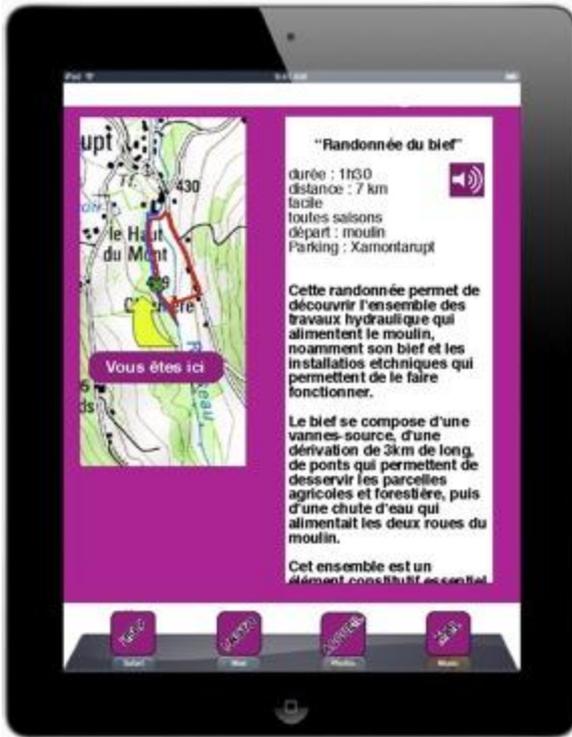


PARCOURS

Propositions de randonnées, avec outil de géo-localisation, QR Code... par exemple :

- la promenade du bief ;
- le parcours de découverte du village de Xamontarupt ;
- sites de mémoire en forêt de Xamontarupt...

Option : à terme le moulin devient un point de services et de départ pour découvrir le massif forestier et le territoire pour les amateurs de randonnées pédestres ou VTT...



Axe 2 : Développer l'offre touristique

Action 4 : Aménagement Phase 2

ACTION... FONDATRICE COMPLEMENTAIRE DE RENFORT

Constat, enjeu :

- nécessité, à terme, d'engager des travaux lourds de rénovation du bâti ;
- intérêt de découvrir les parties hautes de la meunerie ;
- fragilité et insécurité des étages supérieures.

Objectif :

- restauration du moulin en suivant une démarche patrimoniale (extérieures, machinerie) ;
- aménagement d'un escalier panoramique de découverte des étages ;
- aménagement d'un atelier pédagogique dans l'habitation du meunier (étage).

Descriptif de l'action :

Restauration :

Le maître d'œuvre sera choisi sur ses doubles qualités d'intervention concernant le patrimoine et aussi les bâtiments public recevant du public.

Les travaux respecteront l'architecture dans son ensemble : formes, matériaux, mise en œuvre. Néanmoins, les interventions imposées par la nouvelle destination touristique du moulin seront résolument contemporaines. La qualité du projet d'ensemble sortira de ce contraste clair.

Les détails et finitions seront attentivement prises en compte : noues, rives, surfacage des enduits, huisseries bois brossés, approche et taille des pierres sur 5 faces... En ce qui concerne les enduits, la disparition rapide des enduits anciens incite à de la reprise ponctuelle avec patine des façades plutôt qu'à une réfection complète.

Choix quantitatifs et qualitatifs restent néanmoins à la charge et sous la responsabilité du maître d'œuvre.

Escalier panoramique :

Il se développe à l'articulation des 2 ailes du bâtiment, là où les machines et planchers ont disparu. Il n'a donc aucun impact sur le patrimoine du site.

Les volées et paliers s'articulent avec les niveaux des étages de la minoterie. Un élévateur PMR dessert les différents niveaux.

Préconisation d'une structure métallique plus légère et transparente visuellement.

Sur les paliers, déclanchement à volonté de la scénographie des machineries : sons, lumières, discours... Les tablettes avec QR Code complètent la démonstration.

Cela n'empêche pas la visite accompagnée des machineries.

Atelier :

Au dessus de l'accueil, au 1er niveau, installation d'un espace pour ateliers pédagogiques ou manifestations temporaires : expositions...

Maîtrise d'ouvrage :

Communauté de Communes de la Vallée de la Vologne

Partenaire(s) :

Pays, Conseil Général, Région.

Calendrier :

Année 1 : programmation, plan de financement ;
Année 2 : maîtrise d'œuvre, DCE ;
Année 3 : travaux.

Budget prévisionnel :

Voir tableau suivant.

Axe 2 : Développer l'offre touristique
Action 4 : Aménagement Phase 2

Variables à suivre :

Conséquences sur la fréquentation.
 Performance sur les nouveaux publics.

Recommandations opérationnelles :

Importance du choix du maître d'œuvre.
 Importance du choix de l'entreprise de métallerie en charge de la réalisation de l'escalier.
 Finesse des interventions de restauration sur les extérieurs.



1



2

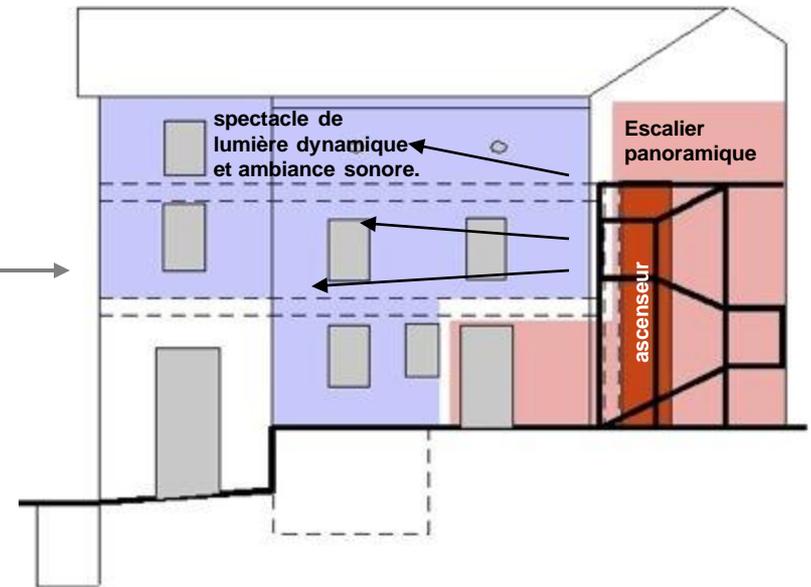
- 1 : une ancienne distillerie transformée en habitation et espace culturel.
 2 : détail des reprises des enduits.

PHASE 2 - PRINCIPALES INTERVENTIONS

Escalier panoramique :

Découverte des étages supérieurs de la minoterie.

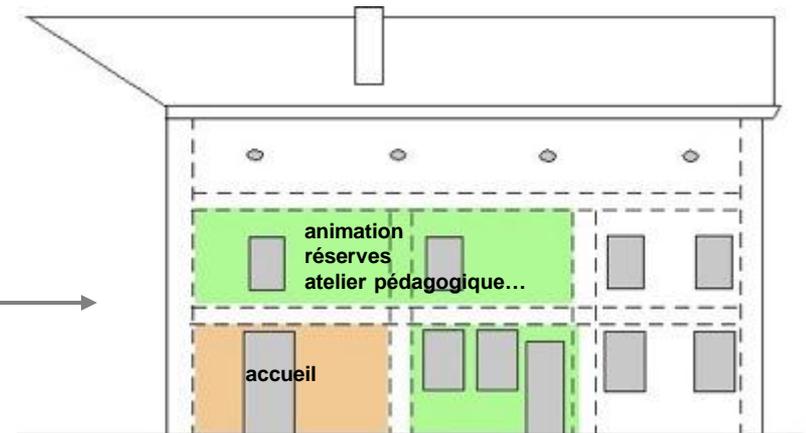
Scénographie des machines : ambiances sonores, éclairages dynamiques, panneaux d'interprétation sur les paliers de l'escalier, élévateur pour PMR...



Atelier pédagogique :

Aménagement au 1er étage de l'habitation du meunier d'un espace fonctionnel pour recevoir :

- ateliers pédagogiques ;
- expositions temporaires (le rez-de-chaussée de la minoterie devenant un espace permanent d'interprétation sur les Moulins des Vosges)...



ESCALIER PANORAMIQUE

Escalier intérieur panoramique de la minoterie et élévateur handicapés : images de référence



BUDGET PREVISIONNEL D' INVESTISSEMENT :

Le budget ne comprend pas : frais d' acquisition foncière, bureaux d' études spécialisés et conséquences sur le projet, fouilles archéologiques.

Frais de maîtrise d'ouvrage : ensemble des charges directes à supporter par le maître d'ouvrage : relevé du site, frais de concours, rémunération du maître d'œuvre, assurances, bureau de contrôle...

Remarques :

Les dépenses dépendent fortement des choix qui seront effectués par la maîtrise d'ouvrage : quantitatif exact, objectifs qualités, abandon ou pas d'une ligne d'investissement...

		Unités	s/ total
Phase 2			
	intervention clos/couvert général	650	800
	réserve, atelier, animation	120	300
	escalier panoramique	1	55 000
	spectacle minoterie	1	35 000
	Mobilier d'interprétation	1	7 000
	Cartels QR Code	1	12 000
	s/total		665 000
Frais de maîtrise d'ouvrage			
	Relevés, concours, maîtrise d'œuvre, assurance...	30,00%	199 500
Total HT			864 500,00
TVA		19,60%	169 442,00
TOTAL TTC			1 033 942,00

DIAGNOSTIC ARCHITECTURAL GENERAL



85, Chemin de la Taviane ST LAURENT
88000 - EPINAL Tél : 03 29 32 50 06

Moulin de Xamontarupt - Projet de valorisation touristique

AV Analyse technique des bâtiments.

Cette 1ere phase a pour objet d' identifier les points singuliers des bâtiments demandants éventuellement une intervention avant ouverture au public des locaux.

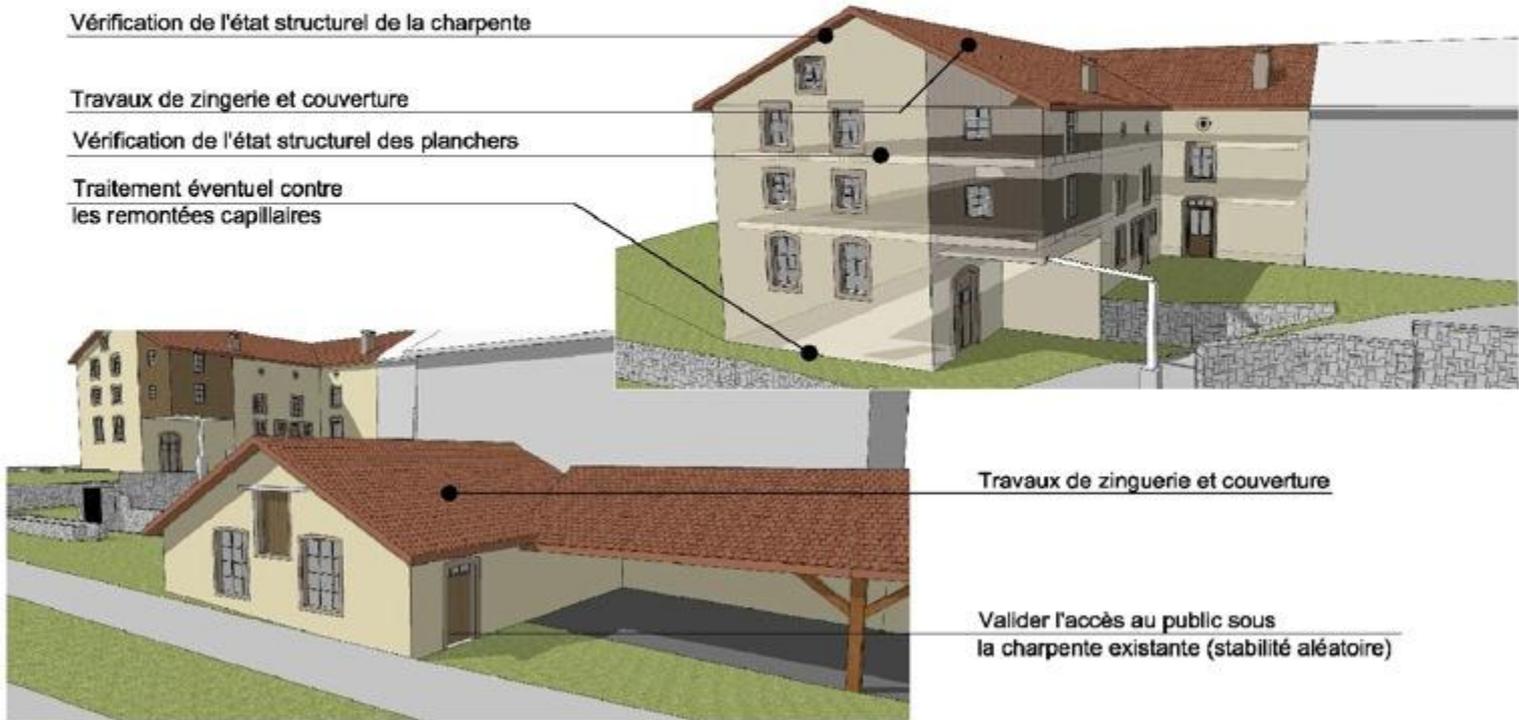
Cette 1ere approche sera complétée par une estimation chiffrée lors de la restitution de l'étape ultérieure de l'étude.

Vérification de l'état structurel de la charpente

Travaux de zingerie et couverture

Vérification de l'état structurel des planchers

Traitement éventuel contre
les remontées capillaires



Travaux de zingerie et couverture

Valider l'accès au public sous
la charpente existante (stabilité aléatoire)

DIAGNOSTIC ARCHITECTURAL GENERAL



85, Chemin de la Taviane ST LAURENT
88000 - EPINAL Tél : 03 29 32 50 06

Moulin de Xamontarupt - Projet de valorisation touristique

B/ Contraintes réglementaires liées à la sécurité incendie.

Cette 1^{ère} phase a pour objet d'identifier les obligations réglementaires conforme à la sécurité incendie. L'accès du public aux étages de la Minoterie peut entraîner l'obligation d'installer un escalier de secours en complément de l'existant.

Cette 1^{ère} approche sera validée après présentation des travaux envisagés à Mr Le Commandant Miller (responsable du service prévention du SDIS).



Emplacement de la cage d'escalier à définir suivant réglementation incendie

DIAGNOSTIC ARCHITECTURAL GENERAL



85, Chemin de la Taviane ST LAURENT
88000 - EPINAL Tél : 03 29 32 50 08

Moulin de Xamontarupt - Projet de valorisation touristique

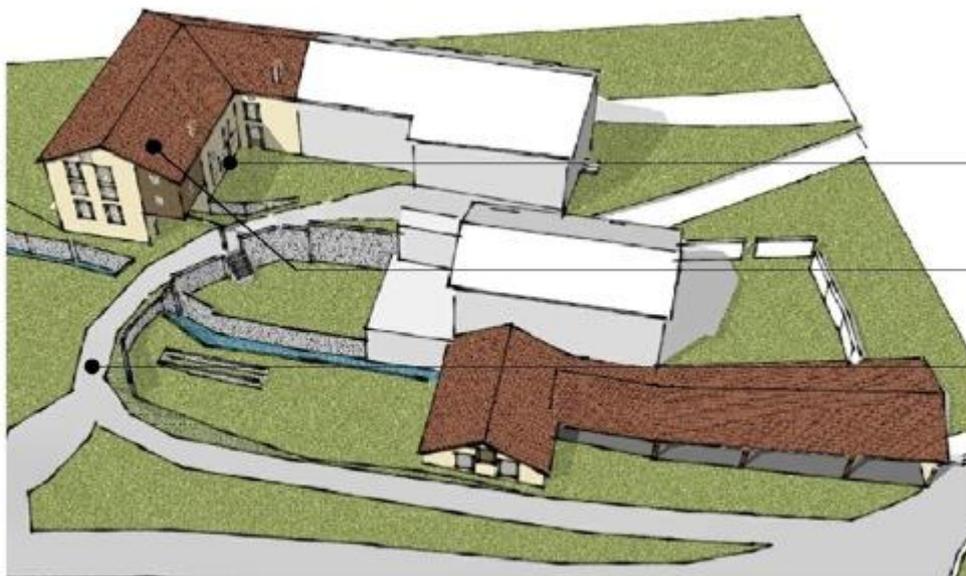
C/ Contraintes réglementaires liées à l'accessibilité pour les personnes à mobilité réduite.

Cette 1ère phase a pour objet d'identifier les obligations réglementaires en conformité avec l'accessibilité des personnes à mobilité réduite.

Les personnes souffrants d'handicapes doivent avoir accès à l'ensemble des lieux recevant du public.

La réglementation doit être respectée, principalement, sur les points suivants :

- Cheminement extérieur.
- Largeur des portes et baies libres
- Accessibilité aux espaces d'accueil et sanitaires.
- Circulation verticale.



Entrée et largeurs des circulations horizontales

Obligation d'accès aux étages (installation d'un ascenseur)

Conformité des cheminements extérieurs

Axe 3 : Mise en tourisme

Action 5 : Gestion

ACTION... FONDATRICE COMPLEMENTAIRE DE RENFORT

Constat, enjeu :

- complexité de projet : mutation d'un site privé en un projet public ;
- reconquête progressive des espaces ;
- émergence d'un nouveau site touristique et temps de latence de la réponse des publics ;
- nombreux intervenants : propriétaire actuel, communauté de communes et ses partenaires (Pays, CG, région, Etat), Fondation du patrimoine, fédération et associations des moulins...

Objectif :

- définir les intervenants et leurs missions pour le bon fonctionnement du site.

Descriptif de l'action :

Les missions de gestion :

- **mobilisation et accueil des visiteurs** : marketing, communication, accueil, médiation culturelle... pour tous les publics : adultes et enfants, français et étrangers, individuels ou groupes, amateurs ou spécialistes...
- **entretien du site** : surveillance des bâtiments et petits travaux, entretien des espaces extérieurs, nettoyage des locaux, inventaire et mise en scène des outils, recherches documentaires...
- **administration** : gestion du personnel, comptabilité, statistiques...
- **animations** : définition et réalisation d'une programmation culturelle sur le site : exposition temporaire annuelle, petites animations de week-end, journées portes ouvertes...

- **animer le réseau** : il s'agit d'intégrer le site du moulin de Xamontarupt aux réseaux touristiques, culturels et patrimoniaux du territoire (autres sites de visite, autres moulins...) dans une logique de partenariat (back office en commun, offre de produits de visite, production d'expositions partagées...);
- **développer** : le projet du moulin de Xamontarupt doit sans cesse évoluer. Initié par une première phase de travaux, il doit continuer à mobiliser les partenaires pour réaliser la phase suivante, ou s'adapter aux évolutions qui se feront jour.

Toutes ces missions demandent des moyens et du personnel. Les fréquentations ne permettront pas, dans un premier temps, d'équilibrer les charges d'exploitation. Cela va impliquer l'intervention de la collectivité, soit directement, soit en renfort d'associations locales qui prendront tout ou partie de ces missions.

Dans le cadre de la mission de faisabilité, nous ne pouvons tenir compte de l'engagement des bénévoles qui reste de leur seule décision. Néanmoins, la configuration suivante semble raisonnable :

- Communauté de Communes :
 - un poste temps plein : accueil des publics, administration, entretien des espaces, petite régie ;
 - promotion, communication en partenariat avec l'OT ;
 - développement ;
- Association locale, propriétaire : petit entretien, recherches documentaires, visites guidées de groupes, rénovation de l'outil de production, animations...

Maîtrise d'ouvrage :

Communauté de Communes de la Vallée de la Vologne.

Partenaire(s) :

Pays : promotion, signalétique, animations..

OT : promotion, communication

Associations : animations, entretien ponctuel, recherches documentaires

Calendrier :

Année 0 : mettre en place dès le lancement du projet le partenariat avec les associations.

Année 1 : plan de communication

Année 2 : mise en place des structures, édition et diffusion des outils de communication...

Montée en puissance progressive.

Budget prévisionnel :

Voir les budgets sur les fiches concernées :

- phase 1 : bilan d'exploitation ;
- communication : budget prévisionnel ;
- phase 2 : budget d'investissement prévisionnel.

Variables à suivre :

Fréquentation.

Retour des visiteurs sur l'entretien du site.

Retour de satisfaction des visiteurs sur la visite...

Recommandations opérationnelles :

Action d'incitation (sensibilisation, aide, subvention...) de la collectivité pour la mobilisation des associations.

Axe 3 : Mise en tourisme

Action 6 : Animation

Constat, enjeu :

- remobiliser les clientèles qui connaissent déjà le site : résidents, scolaires, touristes revenant régulièrement sur le territoire, résidences secondaires...
- mobiliser les réseaux professionnels, les partenariats avec d'autres sites...
- trouver un écho régulier avec les médias, notamment la PQR, les radios locales...
- conquérir de nouvelles clientèles en dehors de la zone de chalandise naturelle du projet.

Objectif :

- construire un plan d'action ciblé, hiérarchisé, organisé.

Descriptif de l'action :

Deux approches complémentaires :

- **animations** : actions de petite forme, réalisées avec des partenariats locaux, afin de renouveler l'intérêt de la découverte du site par les clientèles de proximité. A chaque fois que l'on vient ou revient sur le moulin, il y a, en plus de la visite, de nouvelles choses à voir ou à faire ;
- **événementiel** : un événementiel concentre d'importants moyens sur une courte période afin d'obtenir, par sa qualité et sa pertinence culturelle, un écho important auprès des médias et des publics. Un événementiel porte la notoriété du site sur un périmètre régional, national, voire international. Pour cette ambition, nous recommandons de réfléchir non pas à l'échelle du moulin mais à celle de la Communauté de Communes.

En revanche, le programme d'animation peut s'articuler sur plusieurs ambitions complémentaires.

ACTION... FONDATRICE COMPLEMENTAIRE DE RENFORT

- **animations de week-end** : petites actions qui mobilisent des partenariats locaux le temps d'un week-end ou d'une représentation : démonstration de savoir-faire régionaux, marchés gourmands, mise en marche ponctuelle d'une machine du moulin, soirées théâtrales ou musicales...
- **exposition estivales** : manifestation de moyenne durée qui mobilise les visiteurs car disposant de sa propre communication (affiche, dépliant, médias...). Il s'agit de suivre une politique régulière et clairement positionnée : une période historique précise, un médium spécifique (ex : la photographie industrielle)... Attention, une démarche qualité est obligatoire : en aucune manière une exposition est une suite de photocopies mal encadrées de vieilles cartes postales !
- **projet patrimoine** : associer des partenaires et médias à la reconstitution du patrimoine industriel : reconstruction des anciennes roues du moulin, remise en marche de la transmission par des courroies de cuir... etc
- **journées « portes ouvertes »** : celles européennes du patrimoine, celle des moulins... et d'autres qui peuvent être inventées. Ce jour là, des spécialistes proposent des visites guidées.

Maîtrise d'ouvrage :

Communauté de Communes du Pays de Mugron.

Partenaire(s) :

Acteurs territoriaux : OT, associations, personnes privées...

Axe 3 : Mise en tourisme
Action 6 : Animation

Calendrier :

A mettre en place dès la 2ème année d'ouverture.
Puis, montée en puissance progressive.

Budget prévisionnel :

- aide à la mobilisation des partenaires : 5 000 euros/an
- moyens de communication : 5 000 euros HT/an

Variables à suivre :

Nombre de manifestations réalisées.
Fréquentation des manifestations.
Estimation des retombées média.

Recommandations opérationnelles :

Importance de la politique d'animation pour l'intégration du site aux réseaux touristiques.
Appropriation du site par les populations locales.



Journée des artisans



Concours de dessin.



Concours photographique.



Atelier pédagogique



Visite aux chandelles



Marché gourmand



Visite théâtralisée



Sortie patrimoine

Axe 3 : Mise en tourisme

Action 7 : Promotion, communication

Constat, enjeu :

- constat que l'attractivité auprès des clientèles ne se fait pas sur les qualités réelles des contenus mais sur l'image véhiculée par les outils de communication ;
- besoin de doter le site d'une identité propre afin qu'il émerge au sein de l'offre touristique régionale ;

Objectif :

- doter le site d'une image attractive auprès de ses clientèles naturelles ;
- identifier les actions les plus pertinentes (et économiques) pour un plan d'actions.

Descriptif de l'action :

Positionnement : le projet du moulin de Xamontarupt doit se mettre en tourisme comme un site indépendant, et disposer de sa propre politique de communication et des outils qui vont avec (éditions, site internet...). Le risque est de l'intégrer à la communication territoriale générale et de lui faire perdre de sa lisibilité et donc de sa pertinence pour attirer les publics.

Les outils restent traditionnels, même si l'utilisation d'une offre mobile de m-Tourisme pourra mobiliser une clientèle affinitaire attirée par ce type de technologies.

Positionnement image : une proposition de « à vivre » plutôt que de « à visiter » ou « à voir ».

Editions :

- dépliant d'appel :
 - contenu : les axes forts du site :
 - la conservation complète du site, son architecture mais surtout ses outils et la chaîne de fabrication ;

ACTION... FONDATRICE COMPLEMENTAIRE DE RENFORT

- une dimension mémorielle et identitaire forte : échos dans les populations actuelles, liens avec les anciens propriétaires...
- la multiplicité des expériences : moulin à farine, à huile, saboterie, scierie, pisciculture... l'eau comme énergie et mouvement au service d'une activité pré-industrielle ;
- la proximité du patrimoine, on peut le voir fonctionner, on peut toucher et manier des ustensiles...
- les technologies mobiles : la modernité pour rendre actuel et préhensible le patrimoine, une visite comme un moment de jeu et de découverte active...
- plus qu'un site de visite, une proposition d'un moment de détente et découverte : promenade, pique-nique aménagé...
- format : type fly 3 volets ou A5 2 volets. Quadri, papier recyclé brillant, photos avec visiteurs en action.
- dépliant de visite :
 - contenu : ne pas faire doublon avec la visite sur tablette et QR Code. Inciter à la location de la tablette en proposant une visite simple, étape par étape, des principales activités du site. La diffusion en langues étrangères sera sur tablettes.
 - format : type A5, 2 ou 3 volets? Papier recyclé, édition simple et économique noir et blanc et 1 ou 2 couleurs complémentaires par sélection manuelle.

Communication institutionnelle : intégration du site aux actions de communication portées par les acteurs du développement touristique des territoires :

- OT de Bruyères : intégration au sein des éditions d'appel et d'accueil, d'information et d'animation...
- Pays : intégration à l'offre présentée sur les éditions, intégration aux actions de mise en place du Pays d'Art et d'Histoire...
- CDT : intégration aux éditions, site web, applications mobiles...
- CRT : intégration aux éditions, site web, applications mobiles...

Médias : très sollicités par les nouvelles locales et les animations et manifestations temporaires, il s'agit de dépasser l'écho dans la PQR, nécessaire mais pas suffisant.

Les manifestations temporaires pourraient y remédier, surtout si le positionnement culturel des expositions est précisément établie et de bonne qualité.

L'achat d'espace dans des revues touristiques régionales est envisageable, de même pour quelques revues spécialisées.

L'accueil de journalistes est à concevoir dans la politique générale de la Communauté de Communes.

Cette démarche est valable pour les médias papiers, numériques, télévisuels ou radios.

Images et textes : nécessité d'avoir à disposition une banque d'image et des textes, sans droit et de bonne qualité. Il s'agit de mettre en valeur le site, ses intérêts, l'offre touristique et culturelle, les événements...

Maîtrise d'ouvrage :

Communauté de Communes de la Vallée de la Vologne.

Partenaire(s) :

Pays, CDT, CRT.

Calendrier :

En amont de l'ouverture : actions de pré-ouverture.
Inauguration.
Renouvellement annuel.

Budget prévisionnel :

1ère année : voir tableau ci-dessous.
Renouvellement annuel : 5 500 euros HT/an

Variables à suivre :

Diffusion.
Retombées médias.
Audit des cause de la consommation de l'offre.

Recommandations opérationnelles :

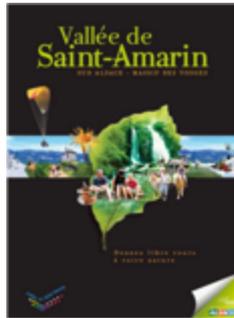
Prioriser les actions en fonction des budgets disponibles.
Résister aux sollicitations de médias locaux.
Conserver une vision stratégique.

Promotion, communication

dépliant d'appel	4 200,00
dépliant de visite	2 800,00
affiche	2 500,00
actions sur animations	4 000,00
création banque d'images	8 000,00
rédactionnel	2 000,00

Total HT		23 500,00
TVA	19,60%	4 606,00
TOTAL TTC		28 106,00

Partout du « à voir » !



Proposer du « à vivre » et du « à faire » !



IV - SYNTHÈSE

V - SYNTHÈSE

IV-A : Hiérarchie des actions

		Action...		
		fondatrice	complémentaire	de renfort
AXE 1 : Construire l'offre touristique				
	Action 1 : maîtrise foncière			
	Action 2 : aménagements phase 1			
	Action 3 : médiation des contenus			
AXE 2 : Développer l'offre				
	Action 4 : Aménagements phase 2			
AXE 3 : Mise en tourisme de l'offre				
	Action 5 : gestion			
	Action 6 : animations			
	Action 7 : promotion, communication			

IV-B : Calendrier d'engagement

	2013	2014	2015	2016
Action 1 : maîtrise foncière				
Action 2 : aménagements phase 1				
Action 3 : médiation des contenus				
Action 4 : Aménagements phase 2				
Action 5 : gestion				
Action 6 : animations				
Action 7 : promotion, communication				

IV - SYNTHÈSE

IV-C : Plan de financement pluriannuel

	2013	2014	2015	2016
Action 1 : maîtrise foncière	p.m.			
Action 2 : aménagements phase 1	74 317,50	123 862,50	297 269,00	
Action 3 : médiation des contenus		12 800,00	19 200,00	32 000,00
Action 4 : Aménagements phase 2				p.m.
Action 5 : gestion (charges fonct).		10 000,00	12 000,00	13 000,00
Action 6 : animations				10 000,00
Action 7 : promotion, communication			23 500,00	5 500,00
S/total HT	74 317,50	146 662,50	351 969,00	60 500,00

Remarques : lecture du tableau de financement pluri-annuel.

Les budgets sont donnés en hors taxes.

Les chiffres mélangent des budgets d'investissement à des budgets de fonctionnement à engager après la mise en œuvre première de l'actio.

Les montants sont très variables suivant les quantités qui seront retenues par la maîtrise d'ouvrage et les objectifs qualitatifs qu'elle retiendra... le résultat pouvant, suivant les choix effectués, aller du simple au double !

Certains postes engendreront des recettes directes non négligeables : billetterie de visite, vente en boutique, location des tablettes...

Le budget de l'action « n° 5 : Gestion » correspond au résultat du compte d'exploitation en année de croisière.

SYNTHESE

Axe stratégique n° 1 : construire l' offre touristique

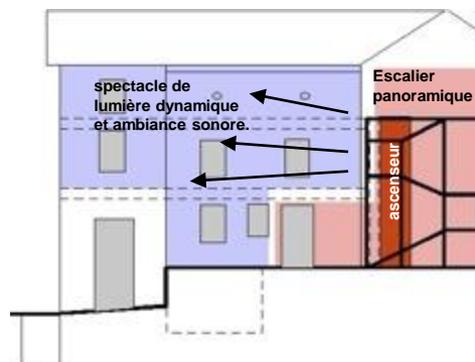
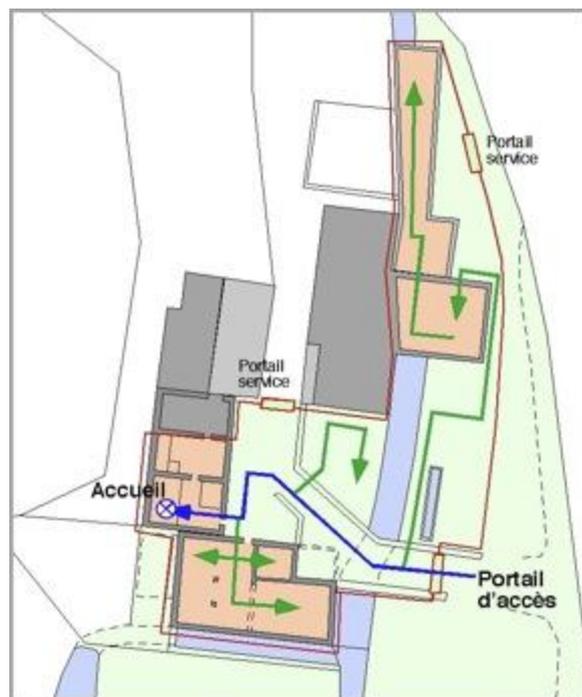
- Action 1** : maîtrise foncière
- Action 2** : aménagements phase 1
- Action 3** : médiation des contenus

Axe stratégique n° 2 : développer l' offre

- Action 4** : aménagements phase 2

Axe stratégique n° 3 : mise en tourisme de l' offre

- Action 5** : gestion
- Action 6** : animations
- Action 7** : promotion, communication



	2013	2014	2015	2016
Action 1 : maîtrise foncière	p.m.			
Action 2 : aménagements phase 1	74 317,50	123 862,50	297 269,00	
Action 3 : médiation des contenus		12 800,00	19 200,00	32 000,00
Action 4 : Aménagements phase 2				p.m.
Action 5 : gestion (charges fonct).		10 000,00	12 000,00	13 000,00
Action 6 : animations				10 000,00
Action 7 : promotion, communication			23 500,00	5 500,00
S/total HT	74 317,50	146 662,50	351 969,00	60 500,00



Maîtrise d'ouvrage de l'étude :



Communauté de Communes
de la Vallée de la Vologne

Avec l'aide de :



Etude réalisée par :



Mérinée Conseil
mandataire,
et :

