



Agenda 21 du  
Réalmontais

## Programme opérationnel 2009/ 2011

### Volet 2 : MISE EN ŒUVRE DES ACTIONS TRANSVERSALES

#### Principe 5 : Communication pratique et identité du territoire

Référence  
au document cadre  
Axes, Objectifs, Mesures

Mise en œuvre Principe 2  
dans son intégralité  
(objectifs 1-2-3-4)  
Axes 3 mesure (2-1)

#### Décomposition :

**Mesure 5-1 :** Création d'une collection de guides pratiques des services en Réalmontais

**Mesure 5-2 :** Implantation à Réalmont d'un panneau lumineux d'information

**Mesure 5-3 :** Amélioration de la signalétique des équipements intercommunaux et des activités du territoire

**Mesure 5-4 :** Valorisation de l'identité et des savoir-faire locaux

#### Historique et enjeux identifiés :

Après avoir structuré ses moyens de communication externe et sa communication institutionnelle, (identité visuelle, magazine et site Internet), la CCR souhaite désormais privilégier :

- un mode de communication pratique auprès de la population (se placer du point de vue de l'utilisateur ou de l'administré)
- une clé d'entrée globale sur le territoire (volonté de regrouper des informations pratiques pour la population quelle que soit l'origine, CCR, commune, autres)
- afin de mieux faire connaître les actions ou services de la CCR, des communes et l'offre globale du territoire.

Par ailleurs depuis 2003 le renforcement de l'identité du territoire est une de ses priorités. La CCR a engagé en 2008 une première action ponctuelle en constituant avec ses propres moyens (équipement et personnel) une photothèque du territoire et en faisant circuler dans les communes une exposition de photographies sur le territoire (5 sorties à ce jour).

Elle souhaite maintenant s'engager, avec l'appui de l'office de tourisme intercommunal, dans un travail de fonds sur l'identité de son territoire destiné à préparer la mise en service de la médiathèque intercommunale.



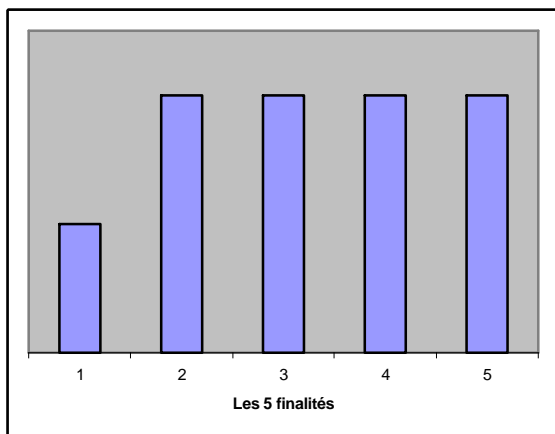
# Programme opérationnel 2009/ 2011

## Volet 2 : MISE EN ŒUVRE DES ACTIONS TRANSVERSALES

### principe 5 : Communication pratique et identité du territoire

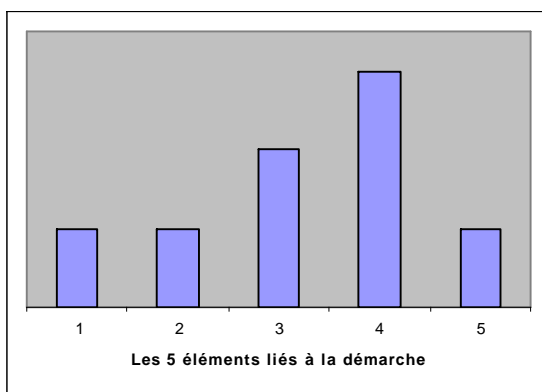
#### Analyse et évaluation : Cadre de référence national :

Les 5 finalités de l'agenda 21



<u>Illustration par l'exemple</u>	<u>Principales déclinaisons dans l'agenda 21 du Réalmontréalais</u>
La lutte contre le changement climatique et la protection de l'atmosphère	
La préservation de la biodiversité et la gestion des milieux et des ressources	
L'épanouissement de tous les êtres humains et l'accès aux biens collectifs	Développement de l'accessibilité aux services par l'information Accueil individualisé aux nouveaux arrivants (collection de guides pratiques)
La cohésion sociale et la solidarité entre les territoires et entre les générations	Facilitation de la vie associative
Une dynamique de développement suivant des modes de production et de consommation responsables	Valorisation des savoir-faire locaux permettant un tourisme durable

Les 5 éléments liés à la démarche



<u>Illustration par l'exemple</u>	<u>Principales déclinaisons dans l'agenda 21 du Réalmontréalais</u>
Stratégie d'amélioration continue	
Participation des acteurs	
Organisation du pilotage	Groupe de travail communication associant des citoyens
Transversalité des approches	Développement de l'information au service du public (et non institutionnelle)
Evaluation partagée	

**Analyse et évaluation : Cadre de référence local :**

**Impact et transversalité du principe sur l'ensemble des 10 projets**

<u>Les 10 projets du programme opérationnel 2009-2011</u>	Impact principe 5 communication pratique et identité			
	absent	engagé	réel	exemplaire
Construction d'un Centre de Ressources Intercommunal				
Création d'une zone d'activité économique				
Modernisation du pôle commercial artisanal et de services				
Production d'énergie renouvelable				
Création d'une médiathèque intercommunale				
Animation et promotion économique				
Soutien aux filières agricoles et agro alimentaires				
Développement des randonnées d'intérêt communautaire				
Amélioration de la place des personnes âgées et handicapées				
Expérimentation d'une offre d'accueil de qualité de la petite enfance				
<b>Synthèse</b>	<b>absent ou pris en compte</b>		<b>notable à exemplaire</b>	
	3%		97%	





Agenda 21 du  
Réalmontais

## Programme opérationnel 2009/ 2011

**Principe 5 :** Communication pratique et identité du territoire

**Mesure 1 :** Création d'une collection de guides pratiques des services en Réalmontais

---

### Description de la mesure :

Sera élaborer une collection (très simple, sur papier recyclé recto-verso), de guides thématiques pratiques déclinés selon leurs objets (qui fait quoi sur le territoire ?) :

- guides des services publics locaux (adresses et horaires d'ouvertures de la CCR, des communes et des autres services publics)
- guide des ordures ménagères, des transports (covoiturage)
- guide des associations sportives et culturelles
- guide des actions enfance et jeunesse
- guide de l'action sociale (insertion, formation, action sociale)
- guide des artisans et commerçants, des entreprises.

---

### Résultat attendu :

- Amélioration de l'information du public
- Amélioration de l'accueil des nouveaux arrivants

## Modalités de mise en œuvre :

<b>Maître d'ouvrage :</b> CCR	<b>Référent élu :</b> Maurice ROUQUIER
<b>Maitre d'œuvre :</b> CCR	<b>Référent technicien :</b> Fabienne CAZAGOU

**Coût total :** 3 418 €

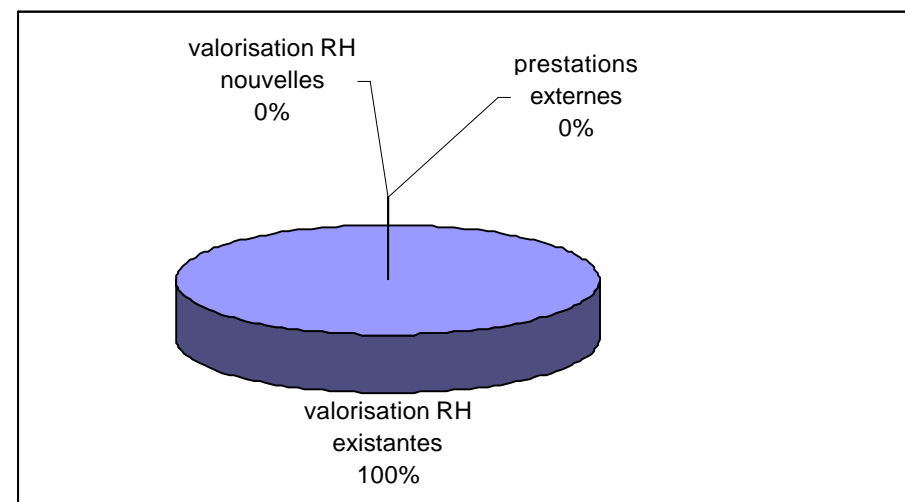
**Fonctionnement :** 3 418 €  
**100 %**

**Investissement :**

### Calendrier de mise en œuvre :

	2009	2010	2011
<b>Démarrage prévu</b>		X	
<b>Achèvement</b>			
<b>Crédits de paiement</b>		2 484 €	934 €

<b>Moyens mobilisés :</b>	<b>Montant</b>
<b>Ressources humaines existantes :</b> Chargée de mission culture enfance et jeunesse chargées de mission tourisme	3 418 €
<b>Ressources humaines à créer :</b>	
<b>Prestations externes :</b>	
<b>Coût total</b>	<b>3 418 €</b>
<b>- Financement total mobilisé</b>	
<b>= Cout net de la mesure</b>	<b>3 418 €</b>



**Répartition des moyens mobilisés**

---

## **Modalités de Gouvernance :**

### **Mobilisation prévue des acteurs du territoire :**

- Réunions de travail avec les secrétaires de mairies et les gestionnaires de services publics (maquette, contenu et modalités de mise à jour)

### **Partenariats mobilisés :**

- Association des Maires
- ARDESI
- Appui d'un cabinet

### **Organisation de l'information et de la concertation :**

- Choix des canaux de diffusion approprié : dépôts de plaquettes dans les secrétariats de mairie et/ou mise en ligne sur Internet, insertion sur le panneau d'information

## Indicateurs de suivi :

### indicateurs quantitatifs

- Nombre de guides édités
- Effectivité de la mise à jour

Taux de réalisation de la mesure (% de consommation des crédits à partir de la comptabilité analytique)

	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>
<b>Prévu Budget Primitif</b>		2 484 €	934 €
<b>Réalisé Compte administratif</b>			

### indicateurs qualitatifs

- Taux de satisfaction mesuré par questionnaires



Agenda 21 du  
Réalmontais

# Programme opérationnel 2009/ 2011

**Principe 5 :** Communication pratique et identité du territoire

**Mesure 2 :** Implantation à Réalmon de un panneau lumineux d'information

**Description de la mesure :** La CCR souhaitant privilégier un mode de communication pratique auprès de la population, elle prévoit l'implantation d'un panneau lumineux d'information (les financements sont acquis et l'implantation prévue à Réalmon le 2<sup>ème</sup> semestre 2009) dans le centre bourg de Réalmon (sur la place principale du bourg).

Il s'agit de passer des messages d'intérêt général concernant la vie associative, les différentes manifestations et animations (sportives, culturelles, sociales, ludiques, éducatives...), les services publics.

Ce panneau d'affichage électronique situé dans le centre de Réalmon sera visible par la population locale qui fréquente les nombreux commerces (plus de 70 commerces sur Réalmon) et services du centre bourg (le taux d'équipement en services de Réalmon est de 89 %) ainsi que le marché hebdomadaire très vivant, qui draine une clientèle venue des zones rurales et périurbaines alentour, mais également albigeoise (près de 800 personnes par semaine le fréquentent été comme hiver, près de 2 500 visiteurs l'été).

L'effet d'entraînement de Réalmon va au delà du territoire de l'intercommunalité. (Cf. annexe zone de chalandise).

Par ailleurs, l'Office de tourisme, devenu intercommunal en janvier 2006, accueille environ 4000 visiteurs par an et répond à environ 2700 demandes de renseignements chaque année.

Le top 5 des demandes est le suivant :

- 1- Renseignements pratiques : plan de ville, commerces, transports, marchés ... (20.5 %)
- 2- Visites : musées, villages typiques, circuits... (20 %)
- 3- Sports et Loisirs : randonnées, baignade, loisirs enfants ... (17 %)
- 4- Spectacles : manifestations, cinéma, théâtre, festival... (10,6 %)
- 5- Hébergements : hôtel, camping, location ... (7.8 %)

Le panneau lumineux sera également un relais intéressant d'information pour l'Office de tourisme.

L'alimentation en contenu de cet outil sera gérée par l'Office de Tourisme intercommunal, situé sur la place centrale de Réalmon, qui par ailleurs gère déjà le site internet de l'Office de Tourisme et le calendrier de toutes les manifestations du territoire.

## **Résultat attendu :**

- Conforter les actions menées sur le territoire du Pays de l'Albigeois et des Bastides telles que les manifestations culturelles, les services à la population de cet ensemble territorial (le système de covoiturage « Covoituron » pourra par exemple être diffusé beaucoup plus largement).
- Mise en commun de moyens entre acteurs du territoire et avec les acteurs des territoires voisins.
- Information accessible, permanente et réactive sur le territoire. (Sur un territoire rural comme le réalmontais, il y a très peu de lieux d'information accessibles avec des horaires adaptés aux besoins des associations. De plus, la rapidité de diffusion de l'information est primordiale).
- Expression d'une citoyenneté
- Amélioration du cadre et des conditions de vie
- Relais d'informations incontournable pour tous les organisateurs de la CCR
- Fréquentation en hausse de certaines manifestations et animations



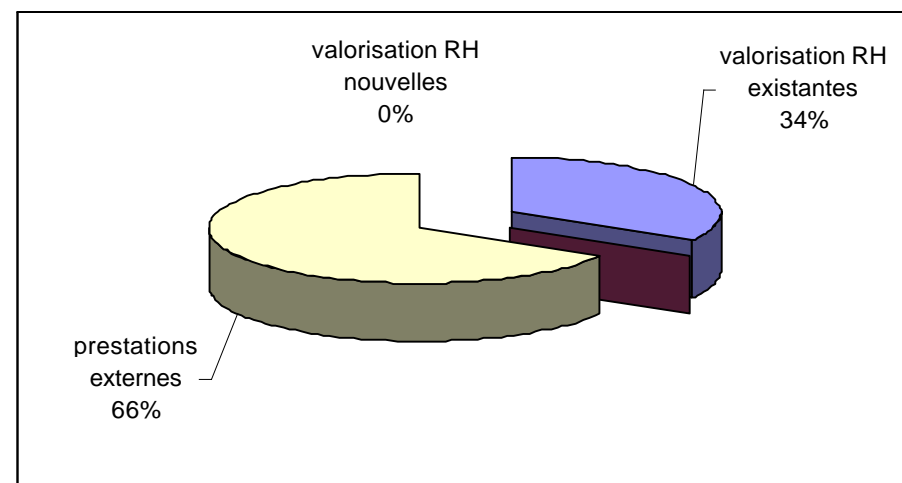
## Modalités de mise en œuvre :

<b>Maître d'ouvrage :</b> CCR	<b>Référent élu :</b> Maurice ROUQUIER
<b>Maitre d'œuvre :</b> CCR	<b>Référent technicien :</b> Fabienne CAZAGOU

<b>Coût total :</b>	<b>25 737 €</b>
<b>Fonctionnement :</b>	405 €
<b>2 %</b>	
<b>Investissement :</b>	25 332 €
<b>98 %</b>	

<b>Calendrier de mise en œuvre :</b>			
	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>
<b>Démarrage prévu</b>	<b>X</b>		
<b>Achèvement</b>			
<b>Crédits de paiement</b>	8 643 €	16 891 €	203 €

<b>Moyens mobilisés :</b>	<b>Montant</b>
<b>Ressources humaines existantes :</b> Chargée de mission culture enfance et jeunesse chargées de mission tourisme	9 048 €
<b>Ressources humaines à créer :</b>	
<b>Prestations externes :</b> Achat et installation	16 689 €
<b>Coût total</b>	<b>25 737 €</b>
<b>- Financement total mobilisé</b> Région, Département	- 4 416 €
<b>= Coût net de la mesure</b>	<b>21 321 €</b>



**Répartition des moyens mobilisés**

---

## **Modalités de Gouvernance :**

### **Mobilisation prévue des acteurs du territoire :**

Toutes les associations et services publics du territoire

### **Partenariats mobilisés :**

Fonds Régional d'Intervention (financement acquis)  
Conseil Général du Tarn (financement acquis)

### **Organisation de l'information et de la concertation :**

Réunion d'informations avec les associations et services publics du territoire  
Concertation avec l'association des commerçants (ORAC)

## Indicateurs de suivi :

### indicateurs quantitatifs

- Nombre de messages passés
- Nombre d'annonceurs utilisateurs
- Taux de renouvellement des messages

Taux de réalisation de la mesure (% de consommation des crédits à partir de la comptabilité analytique )

	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>
<b>Prévu Budget Primitif</b>	8 643 €	16 891 €	203 €
<b>Réalisé Compte Administratif</b>			

### indicateurs qualitatifs

- Enquête auprès de la population sur la visibilité du panneau
- Enquête de satisfaction auprès des utilisateurs



Agenda 21 du  
Réalmontais

## Programme opérationnel 2009/ 2011

**Principe 5 :** Communication pratique et identité du territoire

**Mesure 3 :** Amélioration de la signalétique des équipements intercommunaux et des activités du territoire

### Description de la mesure :

Deux constats avaient été faits lors de l'élaboration du Projet de Développement Durable du Réalmontais :

→ la CCR n'est pas repérée,

→ le territoire du réalmontais n'est pas identifié par ses habitants ni par les touristes.

Il s'agit de donner une réponse rapide à ces deux enjeux en :

- 1- améliorant le repérage et l'identification des équipements communautaires avec une charte unifiée
- 2- harmonisant les signalétiques d'activités et des services publics existantes
- 3- protégeant et mettant en valeur visuellement les entrées du territoire, de ville et lieux stratégiques en lien avec les opérations OMPCA et "coeur de village" (panneau d'identification ou police des publicités et annonces de manifestation, fleurissement et espaces verts)

### Résultat attendu :

- meilleure identification du territoire par ses habitants et par les touristes
- meilleure visibilité des activités (privées ou publiques) recevant du public
- meilleur repérage de la CCR.

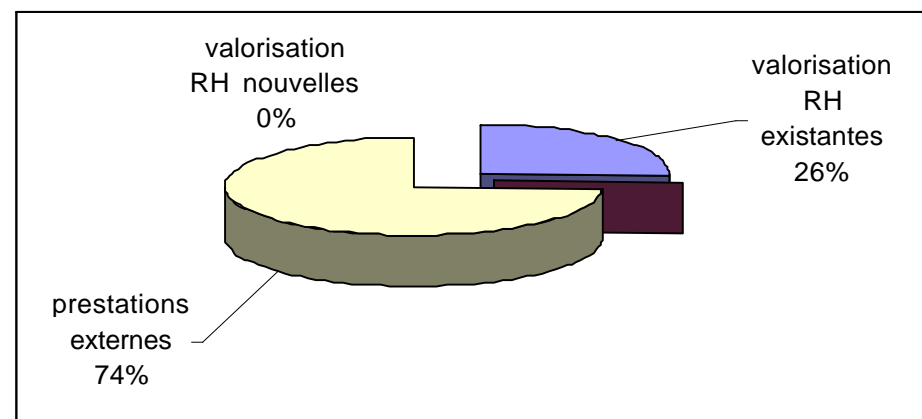
## Modalités de mise en œuvre :

<b>Maître d'ouvrage :</b> CCR	<b>Référent élu :</b> Maurice ROUQUIER
<b>Maitre d'œuvre :</b> CCR	<b>Référent technicien :</b> Fabienne CAZAGOU

<b>Coût total :</b>	<b>16 114 €</b>
<b>Fonctionnement :</b>	
<b>Investissement</b>	16 114 €
<b>100 %</b>	

<b>Calendrier de mise en œuvre :</b>			
	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>
<b>Démarrage prévu</b>	<b>X</b>		
<b>Achèvement</b>			
<b>Crédits de paiement</b>	12 163 €	1 589 €	2 362 €

<b>Moyens mobilisés :</b>	<b>Montant</b>
<b>Ressources humaines existantes :</b> Chargée de mission culture enfance et jeunesse chargées de mission tourisme	4 154 €
<b>Ressources humaines à créer :</b>	
<b>Prestations externes :</b> Conception et réalisation	11 960 €
<b>Cout total</b>	<b>16 114 €</b>
<b>- Financement total mobilisé</b> <i>Etat</i>	- 1 852 €
<b>= Cout net de la mesure</b>	<b>14 262 €</b>



**Répartition des moyens mobilisés**

---

## **Modalités de Gouvernance :**

### **Mobilisation prévue des acteurs du territoire :**

Réunions de travail avec : les communes

Réunion de concertation avec :

-Associations gestionnaires des structures d'accueil de la petite enfance

-Entreprises

-Services publics

-Ville de Réalmont en priorité mais également l'ensemble des communes

-Associations des commerçants de Réalmont (ORAC)

### **Partenariats mobilisés :**

CAUE

Comité Départemental du Tourisme

### **Organisation de l'information et de la concertation :**

Réunion d'information

Réunions de travail

## Indicateurs de suivi :

### indicateurs quantitatifs

- Nombre de panneaux réalisés
- Nombre d'activités, de services publics, équipements communautaires signalisés

Taux de réalisation de la mesure (% de consommation des crédits à partir de la comptabilité analytique)

	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>
<b>Prévu Budget Primitif</b>	12 163 €	1 589 €	2 362 €
<b>Réalisé Compte Administratif</b>			

### indicateurs qualitatifs

- Retours de la population, des touristes à l'Office de tourisme intercommunal, dans les services publics
- Retours de la population, des touristes chez les prestataires d'activités



Agenda 21 du  
Réalmontais

## Programme opérationnel 2009/ 2011

**Principe 5:** Communication pratique et identité du territoire

**Mesure 4 :** Valorisation de l'identité et des savoir-faire locaux

### Description de la mesure :

Dans le prolongement du projet de médiathèque intercommunale, sur la base de l'identification du patrimoine rural et des savoir-faire locaux figurant dans l'étude conduite par un stagiaire de la CCR, la CCR souhaite :

- d'une part engager une réflexion afin d'étudier l'ensemble des moyens permettant d'identifier, de préserver, de faire connaître, de valoriser économiquement le patrimoine du Réalmontais, ses valeurs, ses personnes ressources (potier, vieux outils, artisanat d'art...) :

Ex : paysages, commerces et métiers : concours photo ouvert à la population puis expositions circulant dans les communes

Ex : notoriété de Louisa Paulin à divulguer auprès de la population et des touristes

Ex : histoire locale, recettes culinaires,

Ex : produits du terroir, en lien avec l'action filière courte et randonnées

Ainsi, une exposition de photographies réalisée par la Communauté de Communes du Réalmontais sur les paysages du Réalmontais est mise en valeur depuis 2008 dans différents lieux (mairies, salles des fêtes, bibliothèque...) et événements du territoire (Fête du sport, de la culture et des loisirs, Floriales, inaugurations ...).

- d'autre part aménager un lieu vitrine de ces savoir-faire du territoire

- enfin éditer et mettre à disposition du public un ouvrage de référence sur le patrimoine du Réalmontais.

### Résultat attendu :

Créer de la valeur ajoutée touristique à partir du patrimoine rural :

- architecture vernaculaire (habitat, fermes, cabanons, fournils, cabanes à vignes, pigeonniers, fours, puits, fontaines)

- produits et producteurs du terroir

- des savoir-faire locaux artisanat d'art (Métallica, éco musée du pigeon, secrets gourmands, foire à matériel agricole, vivaces, commerces et artisans).

## Modalités de mise en œuvre :

<b>Maître d'ouvrage :</b> CCR	<b>Référent élu :</b> Maurice ROUQUIER
<b>Maitre d'œuvre :</b> CCR	<b>Référent technicien :</b> Thierry CAMPEGGI

**Coût total :** 18 712 €

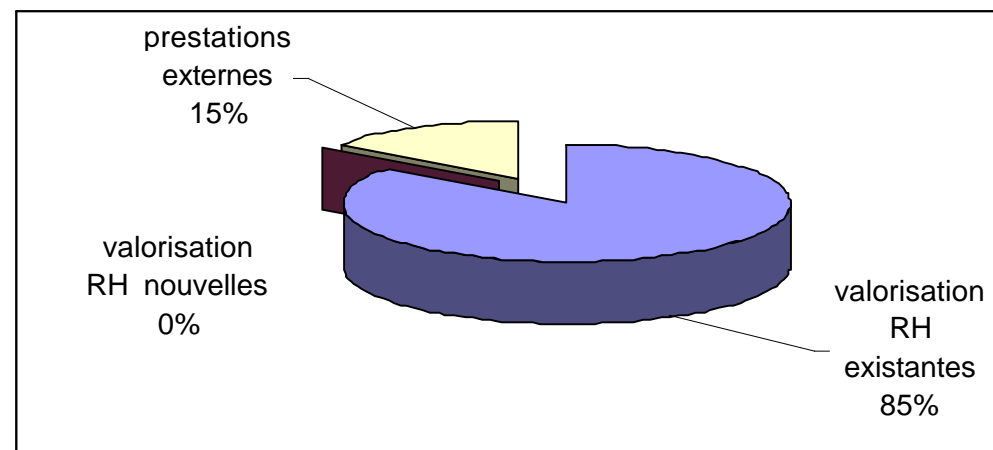
**Fonctionnement :** 15 962 €  
**85 %**

**Investissement :** 2 750 €  
**15 %**

### Calendrier de mise en œuvre :

	2009	2010	2011
<b>Démarrage prévu</b>	<b>X</b>		
<b>Achèvement</b>			
<b>Crédits de paiement</b>	2 992 €	8 846 €	6 874 €

<b>Moyens mobilisés :</b>	<b>Montant</b>
<b>Ressources humaines existantes :</b> Directeur général des services, Chargé de mission randonnées chargées de mission tourisme	15 962 €
<b>Ressources humaines à créer :</b>	
<b>Prestations externes :</b> Edition ouvrage de référence	2 750 €
<b>Cout total</b>	<b>18 712 €</b>
<b>- Financement total mobilisé</b>	
<b>= Cout net de la mesure</b>	<b>18 712 €</b>



**Répartition des moyens mobilisés**

---

## **Modalités de Gouvernance :**

### **Mobilisation prévue des acteurs du territoire :**

- Pilotage et mobilisation des acteurs économiques par l'office de tourisme intercommunal (à partir de la définition et du diagnostic des savoir-faire locaux réalisés par le stagiaire de la CCR, définition des priorités, organisation et mise en œuvre de la réflexion)
- Mobilisation des communes par la CCR

### **Partenariats mobilisés :**

Chambre des métiers

CAUE

CPIE

CDT

Pays de l'Albigeois et des Bastides

Bibliothèque Départementale de prêt

### **Organisation de l'information et de la concertation :**

Site portail territorialisé

Intranet et extranet

## Indicateurs de suivi :

### indicateurs quantitatifs

- Effectivité de la réflexion et de la mobilisation nombre de réunion, de participants)
- Nombre d'acteurs économiques mobilisés (secteurs d'activité)

Taux de réalisation de la mesure (% de consommation des crédits à partir de la comptabilité analytique)

	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>
Prévu Budget Primitif	2 992 €	8 846 €	6 874 €
Réalisé Compte administratif			

### indicateurs qualitatifs