



Association Les plus beaux Villages de France ®

Localisation de l'opération : France

Descriptif succinct de l'expérience

Création de l'association nationale des Plus Beaux Villages de France.

Contexte et enjeux pour le territoire / la structure

L'association s'est créée en 1982, dans un contexte de désertification rurale. Il s'agissait donc, pour les communes fondatrices, de trouver une alternative à la disparition de leur patrimoine et à leur propre disparition en rassemblant leurs moyens et en créant un réseau et une marque déposée à une échelle suffisamment crédible et lisible pour sensibiliser à la fois les pouvoirs publics et le grand public.

Facteur déclenchant de l'action

Le hasard d'une rencontre... entre un homme et un livre ! L'homme était Charles CEYRAC, Maire de Collonges-la-Rouge, le livre, un album intitulé « Les Plus Beaux Villages de France » et édité par la Sélection du Reader's Digest. En 1981, Charles CEYRAC a ainsi écrit aux maires des villages présentés dans l'album (une centaine) et 66 d'entre eux ont été séduits par l'idée de se regrouper au sein d'une association qui fut créée officiellement en 1982.

Objectifs de l'action

Préserver et valoriser le patrimoine exceptionnel des communes rurales sélectionnées pour accroître leur notoriété et en faire un levier de développement économique.

Publics visés

- Une clientèle touristique : individuelle, sensible aux questions de patrimoine et d'environnement, « consommatrice » de tourisme culturel, étrangère et française.
- Des résidents actifs (existants ou futurs) : hôteliers, restaurateurs, artisans d'arts, producteurs, commerçants... que le label va attirer pour installer leur activité.

Procédures et modalités d'actions

Définition d'une stratégie « stable » autour de trois axes : Qualité, Notoriété, Développement et mise en œuvre + suivi des actions par 1 Commission technique et 1 chargé de Mission par axe stratégique.

Les partenaires associés à cette action

* Entreprises partenaires :

- EDF : accès à tout PBVF à des financements pour l'enfouissement des réseaux électriques (+ partenariat financier avec l'association).
- Sélection du Reader's Digest : réalisation et diffusion de produits sous marque PBVF : guide touristique, album, DVD (+ partenariat financier avec l'association).
- Sdei (filiale du groupe Suez) : contenu du partenariat à définir (sur l'eau) (+ partenariat financier avec l'association).

* Collectivités :

- Conseils Régionaux d'Auvergne et de Lorraine : programme d'aides pluriannuel pour le co-financement d'opérations de mise en valeur dans les villages (aides directes aux villages).
- 9 Conseils Généraux : participation financière au fonctionnement de l'association (à hauteur de 500 € par village classé sur le département).

* Partenaires opérationnels :

- ComeToFrance : tour-opérateur exclusif de l'association pour la commercialisation de séjours sous marque PBVF.
- Braille & Culture : association adaptant les sites de visite aux déficients visuels. Opération d'accessibilité globale (sites et prestataires) des PBVF aux déficients visuels.
- NETRANDO : mise en place et promotion de circuits de randonnée en ligne autour des PBVF.

Les outils, les financements mis en œuvre, le budget de l'opération

Le budget global de l'association s'élève à 375 000 €. Il est constitué, pour 2/3, des participations des communes (fixées sur la base de 2,70 € par habitant) et est complété par la vente de produits sous marque (carte, guide...), les subventions publiques et les participations des entreprises partenaires.

Les problèmes rencontrés et solutions trouvées

Problème : un développement des actions de l'association limité par manque de moyens humains.

Solution : un audit de l'association et le recrutement progressif de trois chargés de mission financé en partie par une augmentation des participations des communes.

Les facteurs déterminants de l'action (partenariat, démarche ...)

- La démarche de l'association basée sur la qualité.
- Des partenariats de longue durée et pas seulement financiers.
- Une autonomie financière assurée par les participations des communes.

Les résultats (quantitatifs et qualitatifs)

- Un réseau qui existe depuis 26 ans.
- Une crédibilité reconnue par les pouvoirs publics, les médias et le grand public.
- Une augmentation de la fréquentation et de la population des villages.

Les perspectives

L'association s'est donnée comme priorité pour la mandature 2008 - 2014 de travailler sur le développement. En effet, même si de nombreux chantiers restent à ouvrir dans le domaine de la Qualité et de la Notoriété, le savoir-faire de l'association sur l'aspect Qualité (classement) et son image (Notoriété) sont déjà bien reconnus. L'objectif de l'association mais aussi l'enjeu le plus difficile se situent sur le développement économique des villages. Il s'agira donc de développer les relations et partenariats avec toutes les structures publiques (CRT, CDT, Chambres consulaires...) et privées susceptibles de démultiplier les actions en faveur du développement économique en général (liée au tourisme mais aussi à l'installation de prestataires dans les villages).

Contact

Anne GOUVERNEL

Rue de la Barrière 19500 COLLONGES-LA-ROUGE

04 73 29 39 97

anne.gouvernel@lesplusbeauxvillagesdefrance.org

www.lesplusbeauxvillagesdefrance.org