REMPLACEMENT 2016
Métropole - Réunion

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR AGRICOLE
E7-1 EPREUVE INTÉGRATIVE

Option : Développement, animation des territoires ruraux

Durée : 240 minutes

Matériel(s) et document(s) autorisé(s) : **Aucun**

Le sujet comporte 19 pages

SUJET

La situation
La Communauté de communes de la station des Rousses est située dans le massif du Jura, à proximité de la Suisse, dans le département du Jura (39). Elle compte quatre communes qui ont chacune développé des activités hivernales (ski alpin, nordique...) reconnues à l'échelle nationale.

Le contexte
La Communauté de communes de la station des Rousses souhaite redynamiser son offre touristique afin de pallier le manque de neige lors de certaines périodes hivernales, et de mieux répondre aux nouvelles attentes des touristes aux différentes saisons.
Un programme d'actions avec quatre axes prioritaires est mis en place par la Communauté de communes de la station des Rousses :

- Axe 1 : Consolider l'attractivité et la notoriété de la station des rousses.
- Axe 2 : Promouvoir le développement d'une offre d'activités diversifiées.
- Axe 3 : Renforcer et promouvoir la qualité du cadre de vie et le caractère authentique.
- Axe 4 : Développer des actions transversales.

Cette mission de développement touristique est déléguée par la Communauté de communes à la SOGESTAR (société d'économie mixte), qui a décidé, afin de diversifier les activités de la station des Rousses, de mettre en place une Station de Trail©, sorte de label encadré par une société privée : RaidLight.

Votre mission
Vous êtes chargé(e) de mission à la SOGESTAR. Votre directrice, dans le cadre du programme d'action, vous demande de mettre en place ce nouveau produit touristique hors neige.
Vous devez mobiliser les partenaires nécessaires afin de mettre en place cette Station de Trail© pour le printemps 2017.

Questions :

1- Évaluer la pertinence de la mise en place d'une Station de Trail© compte tenu du contexte de la Communauté de communes et du programme d'actions. ***(6 points)***

2- Proposer une méthodologie de projet permettant la mise en place de la Station de Trail©, afin que les premiers usagers puissent en bénéficier dès le printemps 2017. ***(7 points)***

3- Rédiger un argumentaire ciblé pour exposer votre projet à un financeur potentiel, dont vous justifierez le choix. ***(4 points)***

4- Élaborer la fiche action d'une animation permettant de valoriser la station de trail auprès d'un public non sportif. ***(3 points)***

LISTE DES DOCUMENTS

DOCUMENT 1 : SITUATION GEOGRAPHIQUE DE LA STATION DES ROUSSES DANS LE JURA (1 page) - Source : site internet de la station des Rousses.

DOCUMENT 2 : STRUCTURES DE GESTION DE LA STATION DES ROUSSES (2 pages) - Source : site de la Communauté de communes de la station des Rousses

DOCUMENT 3 : LA STATION DES ROUSSES : UN TOURISME TOUT AU LONG DE L'ANNEE ? (1 page) - Source : Site servir le public (l'actualité des entreprises locales) : http://servirlepublic.fr/epl-a-la-une/1197/la-station-des-rousses-sous-le-soleil-exactement#.ViX5z9LhBdg

DOCUMENT 4 : EXTRAIT DU DIAGNOSTIC ISSU DU CONTRAT DE STATION 2014-2020 (3 pages) - Source : *Contrat de station 2014-2020*, Communauté de communes de la station des rousses

DOCUMENT 5 : POLITIQUE TOURISTIQUE ET SPORTIVE DU CONSEIL REGIONAL (1 page) - Sources : Extrait du bilan de synthèse du Comité Régional du Tourisme de Franche-Comté 2014 ; http://www.franche-comte.fr/politiques-actions/pour-ses-habitants/sports/developper-et-promouvoir-le-sport.html

DOCUMENT 6 : DES TRAILS POUR TOUS DANS LE JURA (1 page) – Sources : Sites de la commune des Rousses et de l'ultra trail du Jura (http://www.lesrousses.com/fr/animations/grands-evenements/la-transjutrail.html ; https://sites.google.com/site/utmjura/)

DOCUMENT 7 : CREATION D'UNE STATION DE TRAIL (2 pages) - Source : site internet U-trail

DOCUMENT 8 : LE TRAIL UNE ACTIVITE EN PLEIN DEVELOPPEMENT (1 page) - Source : Site de l'extra trail

DOCUMENT 9 : LE JURA TERRE DE TRAIL (1 page) – Source : site internet des montagnes du Jura

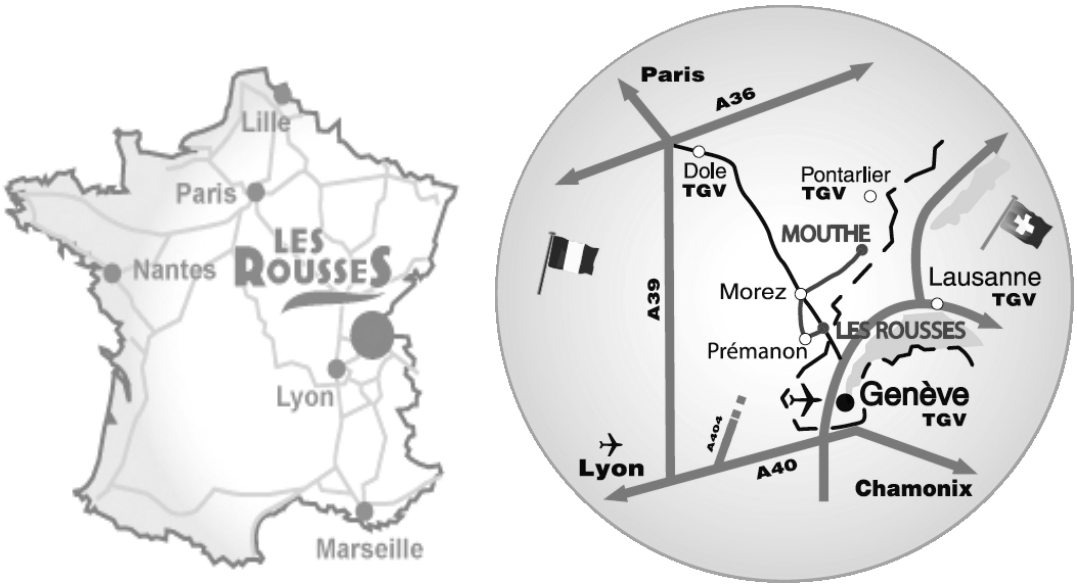
DOCUMENT 10 : CONTRAT D'IMPLANTATION D'UNE STATION DE TRAIL (2 pages) - Source : Extrait du *contrat de d'implantation d'une station de trail*, Association station de trail© (modifié pour les besoins de l'épreuve)

DOCUMENT 11 : UN IMPACT ENVIRONNEMENTAL (1 page) - Source : page wikipédia réalisée à partir d'une vidéo http://www.ultratrail.tv/fr/videos/ultra-trail-lenvironnement-est-une-priorite/

DOCUMENT 12 : LES STATIONS DE TRAIL EN FRANCE (1page) – Source : site internet des stations de trail

DOCUMENT 1

SITUATION GEOGRAPHIQUE DE LA STATION DES ROUSSES DANS LE JURA



Source : www.lesrousses.com/fr/vacances-famille/les-rousse-39.html ; www.transujtrail.com

Source : www.ski-planete.com

DOCUMENT 2

STRUCTURES DE GESTION DE LA STATION DES ROUSSES

Histoire et organisation :

Présentation

La Communauté de communes de la station des Rousses Haut-Jura a été créée en 1993 et comprend les 4 communes de Bois d'Amont, Les Rousses, Prémanon et Lamoura.

La Station des Rousses se situe au sud-est du département du Jura, à proximité de la frontière Suisse (à 45 km de Genève). Elle s'étend sur un plateau, à 1 120 m d'altitude en moyenne, au cœur du Parc naturel régional du Haut-Jura. Son territoire couvre une superficie de près de 10 000 hectares sur 25 km de distance, pour une population totale de 6 000 habitants.

Les quatre communes se sont unies pour gérer ensemble les activités de la station et le développement touristique du territoire.

La Station des Rousses compte à ce jour 37 remontées mécaniques, 230 km de pistes de ski de fond, 70 km d'itinéraires de raquettes à neige, un domaine alpin et nordique relié avec la Suisse et quelques 24 000 lits touristiques. Elle étend son offre touristique à d'autres activités plus estivales telles que la randonnée pédestre, le VTT (près de 300 km d'itinéraires), le golf, l'équitation, l'accrobranche...

La Communauté de communes fait partie intégrante du Syndicat mixte chargé de la gestion du Parc naturel régional du Haut-Jura et conduit à ce titre une politique de développement territorial en synergie avec les orientations environnementales et économiques définies par ce dernier.

Le territoire de la Station des Rousses est géré par trois structures :

- **La Communauté de communes de la Station des Rousses (CCSR)**, qui est compétente en matière d'investissement dans les activités nordiques, les activités estivales et les offices de tourisme.

- **Le Syndicat Mixte de Développement Touristique de la Station des Rousses (SMDT)**, qui est compétent en matière d'investissement dans les activités alpines. Il est cofinancé par le Conseil Général du Jura, la Communauté de communes de la Station des Rousses et la commune de Bellefontaine.

- **La SAEM SOGESTAR**, qui est une société [anonyme] d'économie mixte et dont l'actionnaire principal est la Communauté de communes de la Station des Rousses. Elle est l'organisme de gestion au quotidien de nombreuses activités touristiques et de loisirs proposées par la station. (…)

Stratégie

La stratégie de développement de la station des Rousses s'inscrit dans le contrat de station avec le souhait d'évoluer vers un modèle de développement touristique qui, tirant parti des atouts existants, affirme la viabilité économique et la cohésion sociale de son territoire. La Communauté de communes a au préalable bénéficié de deux Contrats de station, portant sur les périodes 1995/2000 et 2003/2006.

La Station des Rousses souhaite à ce jour aboutir dans les investissements déjà engagés, notamment pour la confortation du produit neige, mais veut aussi s'engager résolument, et dans le même temps, dans une stratégie globale de diversification de ses activités et de son offre touristique.

Cette diversification passe par une réelle innovation collective de l'ensemble des parties prenantes de la station pour identifier, concevoir et mettre en œuvre des actions qui viennent tout d'abord en complément, puis à long terme en remplacement éventuel de l'offre neige. C'est la base d'un modèle de transition, qui assure à la station une pérennité et un avantage concurrentiel en termes d'image et d'attractivité globale.

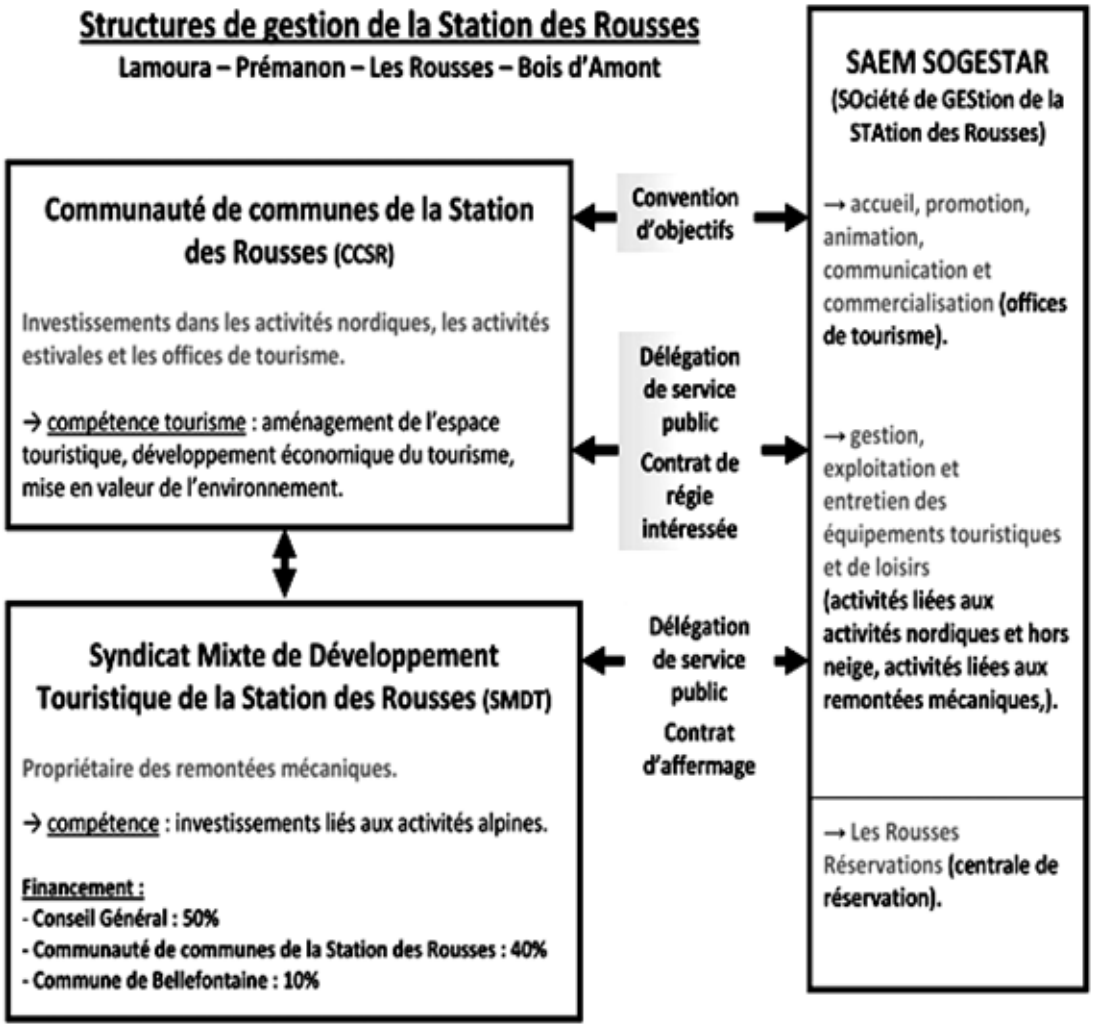
La Station des Rousses intègre la nécessité de préserver et de mettre en valeur les ressources environnementales et patrimoniales qui sont autant d'atouts pour un développement équilibré du territoire.

La diversification touristique s'appuie sur le savoir-faire et l'authenticité de la station en cherchant d'abord à valoriser et à mettre en cohérence l'existant, en visant des synergies entre activités, en mettant en valeur des potentiels sous-utilisés, notamment en matière de culture, de patrimoine, de paysage... véritables atouts de la station.

DOCUMENT 2 (suite)

La Communauté de communes prend en compte les ressources des territoires voisins, Parc naturel régional du Haut-Jura, montagnes du Jura, Région Franche-Comté mais aussi transfrontaliers, et s'inscrit dans un effort de cohérence et de complémentarité avec ces entités.
Les créations d'activités nouvelles se feront en adéquation avec la stratégie globale et dans le respect du cadre de vie des villages.

En accord avec l'évolution de la demande touristique mais aussi des populations résidantes, on vise une approche transversale de la qualité de la destination, déclinable dans les services et prestations, l'accessibilité et les déplacements au sein de la station, l'environnement et le patrimoine, la cohérence de la destination et l'hébergement.



Source : http://www.cc-stationdesrousses.fr/histoire-et-organisation.html

DOCUMENT 3

LA STATION DES ROUSSES : UN TOURISME TOUT AU LONG DE L'ANNEE ?

La station des Rousses sous le soleil exactement.
Située dans le Jura, la station des Rousses, gérée par la Sogestar, s'emploie à développer le tourisme tout au long de l'année. Une préoccupation qui s'appuie tout autant sur l'offre de services adaptée à chaque saison, qu'aux outils du marketing et de la communication.

A la Communauté de communes de la station des Rousses (Jura), développer une offre touristique tout au long de l'année n'est pas une préoccupation nouvelle. « J'ai retrouvé une affiche datant des années 70 faisant la promotion du tourisme l'été », raconte Laurent Mermet-Husson, directeur du marketing de la Sogestar (Société de gestion de la station des Rousses).

Cette [SAEM] gère les remontées mécaniques, exploite les domaines skiables alpins et nordiques, dirige l'office de tourisme, la centrale de réservation et les activités touristiques et commerciales. « Sa constitution il y a dix ans a permis de structurer l'offre touristique et de coordonner tous les acteurs ». Remontées mécaniques, syndicat d'initiative, clubs sportifs, organisateurs d'activités nautiques... tout ce qui fait aujourd'hui le ferment de la [SAEM] existait déjà et tous ces acteurs ont intégré la [SAEM].

Si le développement du tourisme hivernal reste un vecteur important des activités de l'entreprise, ce n'est pas le seul. Sa tâche est aussi de développer le tourisme tout au long de l'année, l'été mais aussi durant ce que le directeur appelle « les ailes de saison », les premiers mois du printemps et de l'automne. Pour cela, la Sogestar s'appuie sur les atouts naturels et patrimoniaux de la station : le relief doux et accessible du Jura, la montagne pour les randonnées pédestres ou cyclistes, ses 2 lacs pour la baignade, le nautisme et la pêche, ses 2 golfs de 18 trous, le Fort des Rousses déserté par les militaires depuis 1995 et qui abrite désormais un affineur de fromage, un parcours aventure et un terrain de course d'orientation avec des bornes équipées de lecteurs de puces électroniques...

La station des Rousses se veut aussi familiale, elle a mis en place des loisirs destinés aux enfants encadrés par des animateurs, au centre du village, où se trouve une multitude de jeux d'enfants et notamment des trampolines. Le développement du tourisme estival c'est aussi une affaire de promotion et de marketing. Outre les campagnes publicitaires, la participation aux salons professionnels, le travail auprès des offices de tourisme, la [SAEM] a développé un logiciel qui permet la vente en ligne de tous ses produits de tourisme et de loisirs.

Aujourd'hui, le chiffre d'affaires de la station est réalisé à 70 % l'hiver et à 30 % l'été, la Sogestar emploie 75 équivalents temps plein et nombre de postes saisonniers ont pu être annualisés. « Notre objectif est de poursuivre nos efforts pour maintenir la même répartition entre hiver et été qu'aujourd'hui, mais en développant les deux saisons »

Source : Site servir le public (l'actualité des entreprises locales) : http://servirlepublic.fr/epl-a-la-une/1197/la-station-des-rousses-sous-le-soleil-exactement#.ViX5z9LhBdg

DOCUMENT 4

EXTRAIT DU DIAGNOSTIC ISSU DU CONTRAT DE STATION 2014-2020

Ce document a été conçu et réalisé par les services de la Communauté de communes de la Station des Rousses (…).

2-1 NATURE ET POSITIONNEMENT MARKETING DE LA STATION DES ROUSSES

La Station des Rousses (…) culmine à une altitude comprise entre 1 050 et 1 680 mètres. Elle se positionne inévitablement comme une station de "montagne douce".
Du fait de son positionnement, les cibles clientèles privilégiées de la station pour ce qui concerne les séjours restent les familles avec enfants de moins de 12 ans (voire moins de 16 ans) et les retraités.
C'est naturellement dans l'objectif d'attraction et de satisfaction de ces cibles qu'est développée la stratégie marketing de la station : image d'une montagne douce et accessible, ambiance et animation des villages, accueil des enfants, diversification de l'offre... (…).
La typologie de clientèle présente sur le territoire : près de 60 % de la clientèle hivernale est venue en famille. En été, le constat est encore plus marqué car ils sont plus de 67 %. Parmi cette clientèle familiale, plus de 80 % ont au moins deux enfants.
Concernant, le tourisme "court séjour", notamment les excursionnistes (à la journée) venant profiter des activités liées à la neige, la cible clientèle est plus large et porte sur l'ensemble des publics de proximité (bassin de population dans un périmètre de 1h30 via le réseau routier). (…)

LES ACTIVITES PROPOSEES

Les sports d'hiver sont actuellement le poumon de l'activité de la station, et l'un des facteurs déterminants du choix de destination de la clientèle. Le ski de descente et le ski nordique, mais aussi les raquettes à neige, sont les trois principaux sports d'hiver proposés sur le territoire. Cet aspect est d'autant plus important que 85 % de la clientèle des montagnes du Jura jugent "indispensable" la présence de neige lors d'un séjour en hiver. Cette présence de neige, encore plus cruciale en février, est aussi importante à Noël car elle permet de déclencher des séjours pour le reste de la saison. (…)
Il est à noter que la station s'inscrit dans un contexte national de baisse régulière du nombre de journées-skieurs nordiques, passé de 5,5 millions en 1986 à 1,6 million en 2011 (…).

Concernant l'activité raquettes, qui demeure un point à consolider sur la station, 74 kilomètres de pistes payantes sont disponibles. De nouveaux "espaces découverte" ont été créés spécialement pour les raquettistes, piétons et débutants à ski de fond. Il est d'ailleurs intéressant de constater que depuis l'hiver 2009-2010, le chiffre d'affaires lié à cette pratique a connu une évolution de 445 % (2009-2010 : 5 579 € / 2013-2014 : 30 408 €). En outre, les "espaces liberté" situés au coeur de chacun des quatre villages de la station permettent de pratiquer gratuitement. (…).
Contrairement au Contrat de Station 2003-2006 qui avait mobilisé environ 78 % des investissements pour les activités liées à la neige, le Contrat 2007-2013 n'a consacré que 25 % à ce domaine. Ceci prouve la forte volonté de la Station des Rousses de se positionner sur une offre quatre saisons dans le but d'être moins vulnérable face aux aléas climatiques, mais également son souhait de proposer un large panel d'activités aux vacanciers qui ne souhaitent plus exclusivement skier durant leur séjour. Les modes de consommation de la clientèle sont en constante évolution.
La recherche de nouveauté, de plus de flexibilité, ou encore la pratique d'activités différentes chaque jour sont des données à prendre en compte dans le développement de l'offre touristique. La clientèle est aujourd'hui en recherche du "sur-mesure". (…) Parmi les éléments les plus marquants, il est à noter la très forte progression de la fréquentation des activités de découverte (patrimoine, musées, excursions...).

DOCUMENT 4 (suite)

Les activités spécifiquement estivales
La liste des activités disponibles en période estivale, sur la Station des Rousses ou à proximité, est très fournie :

1 Sur le territoire la station des Rousses :

- des visites, des excursions et des randonnées thématiques ;
- des randonnées pédestres et vélos nombreuses ;
- des sports nautiques et la pêche au lac des Rousses et au lac de Lamoura ;
- du golf : Golf du Mont-Saint-Jean et Golf du Rochat ;
- de l'équitation (centre équestre Tinguely aux Rousses) ;
- "Les Rousses Espace Loisirs" (SAEM Sogestar) gère un espace de jeux enfants, le "Jardin de Rouxy" proposant trampoline, speed-ball, croquet, structure gonflable, jeux en bois, lancers d'adresse... De nombreux ateliers sont également organisés spécialement pour les plus jeunes ("Club Rouxy") durant les vacances scolaires pour pratiquer l'origami, la peinture, le cerf-volant... ;
- un parcours "accrobranche" au Fort des Rousses ainsi que des activités uniques : "Les Souterrains Aventure" (labyrinthe avec parcours sportif et énigmes) et "Sur les traces des commandos" (parcours commando adapté à tous) ;
- du minigolf : parcours 18 trous, aux Rousses ;
- du tir à l'arc ;
- plusieurs parcours permanents d'orientation autour du Fort des Rousses (BaliséOr) ;
- des activités insolites : ballades avec des chiens de traîneaux, vols en montgolfière, locations de gyropodes (1).

2 À proximité de la Station des Rousses :

- du canyoning et de la randonnée aquatique à Saint-Claude ;
- des via ferrata (2) à Morez et Moirans-en-Montagne ;
- de nombreuses visites de sites et musées (Saint-Claude, Morez, Moirans-en-Montagne, région des Lacs...).

La station propose 31 circuits de randonnées pédestres. Un cartoguide et des fiches-circuits détaillées sont disponibles à la vente dans les offices du tourisme. À ces itinéraires pédestres, peuvent être ajoutées les nombreuses possibilités de découvrir le territoire à vélo : 15 circuits VTT et 12 parcours Vélo Tout Chemin / Vélo Assistance Electrique sont accessibles sur la station, tandis que 10 circuits cyclotouristes franco-suisses sont proposés au départ des différents villages. (…)

L**es activités disponibles à l'année** : de nombreuses activités sportives sont réalisables toute l'année sur la station. Il s'agit notamment du patinage sur glace à Prémanon, de la natation à quelques kilomètres du territoire (Morbier et la Vallée de Joux), de l'équitation, des parcours aventure au Fort des Rousses et de toutes les activités proposées par le Centre sportif de l'Omnibus aux Rousses.

La découverte de la région peut en outre s'effectuer par le biais de visites à caractère culturel comme les caves d'affinage du Comté au Fort des Rousses, le Centre polaire Paul-Emile Victor à Prémanon, le musée de la Boissellerie à Bois d'Amont, le musée du lapidaire à Lamoura, le musée du ski et de la tradition rousselande aux Rousses, le musée de la lunette à Morez, le musée de la Pipe et du Diamant et le musée de l'Abbaye à Saint-Claude, le musée du Jouet à Moirans-en-Montagne, la maison du Parc Naturel Régional du Haut-Jura à Lajoux, le parc Polaire à Chaux-Neuve...

Les artisans locaux (potiers, verriers, tapissier d'ameublement...) ouvrent également leurs ateliers et/ou boutiques aux vacanciers.

Enfin, un cinéma, "Les Quinsonnets", fonctionne aux Rousses (…).

DOCUMENT 4 (suite et fin)

LA CLIENTELE DE LA STATION

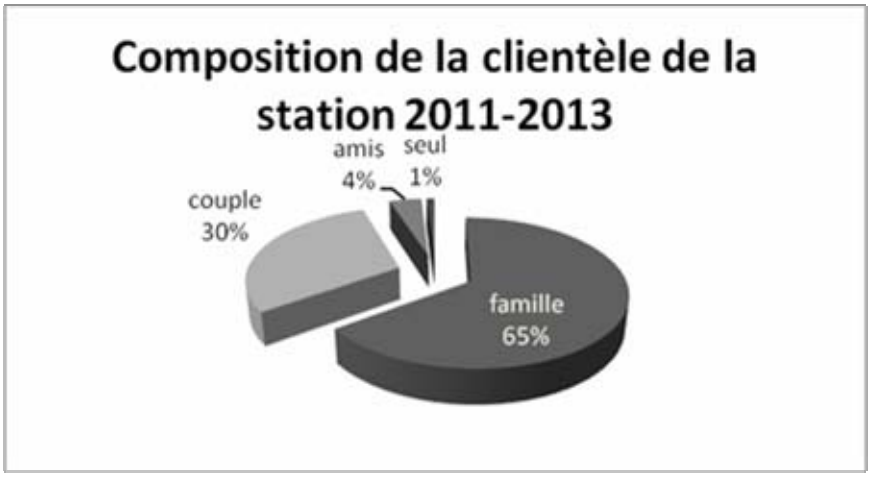
Origine géographique de la clientèle. À l'image du département du Jura, la clientèle de la Station des Rousses est principalement composée de Français. Toutefois, la proportion est un peu plus importante sur la station car ils sont environ 93 % contre seulement 7 % d'étrangers (dont une grande majorité de Suisses et de Belges). (…)

La première région émettrice, toutes échelles confondues, reste l'Ile-de-France, devant la Franche-Comté et la Bourgogne. La clientèle demeure majoritairement une clientèle de proximité venant du quart Nord-est du pays.

Cependant, alors que la clientèle venant des régions Nord-Pas-de-Calais et Picardie représentait près de 18 % de l'ensemble en 2006, elle est aujourd'hui passée à seulement 8,4 %. À l'inverse, les Rhône-alpins viennent davantage sur la station à présent (3 % en 2006 contre 11,7 en 2013). (…)

Composition de la clientèle. La clientèle de la Station des Rousses est à plus de 65 % composée de familles. Ce chiffre est plus ou moins en adéquation avec la tendance déjà observée dans le précédent diagnostic du territoire. Il est d'ailleurs en phase avec le positionnement de la Station des Rousses défini dès 1998, à savoir une "station familiale", dont la cible prioritaire est constituée des "familles avec enfants de moins de 16 ans".

On s'aperçoit tout de même que, dans le détail, la composition de la clientèle tend à évoluer en période estivale. En effet, alors qu'elle était composée de 75 % de familles entre 2003 et 2007, la clientèle familiale estivale de la station ne représente plus que 61 % entre 2011 et 2013 (contre 67 % en hiver). C'est finalement la clientèle composée de "couples" qui progresse durant l'été et représente près de 40 % sur la même période.



Source : *Contrat de station 2014-2020*, Communauté de communes de la station des Rousses

(1) : Véhicule électrique monoplace constitué d'une plateforme sur deux roues que le conducteur, debout, manœuvre à l'aide d'un manche. (Source : lerobert.com)

(2) : Itinéraire aménagé sur une paroi rocheuse, équipé de câbles et d'échelons permettant une progression en toute sécurité. (Source : larousse.fr)

DOCUMENT 5

POLITIQUE TOURISTIQUE ET SPORTIVE DU CONSEIL REGIONAL

La politique touristique régionale repose sur un schéma régional de développement touristique adopté en 2011 par le Conseil régional de Franche-Comté.
En terme d'enjeu prioritaire l'action marketing du Comité Régional du Tourisme (CRT) vise l'amélioration de la notoriété et de l'attractivité de la région afin de favoriser l'accroissement dans le temps et l'espace de flux de visiteurs et d'augmenter les retombées économiques. [….]

Montagnes du Jura :
Un périmètre qui s'affranchit des découpages administratifs.

Un engagement collectif :
- Région Franche-Comté
- Région Rhône Alpes
- Département de l'Ain
- Département du Doubs
- Département du Jura

Avec l'appui du Commissariat à l'aménagement du Massif du Jura via des fonds de l'Etat (FNADT) et de l'Europe (FEDER). Des CRT et des Comités Départementaux du Tourisme (CDT) qui travaillent ensemble et partagent la responsabilité opérationnelle de la communication collective mise en œuvre.
Dans ce cadre, le Comité Régional du Tourisme de Franche-Comté est le maître d'ouvrage délégué des Montagnes du Jura.

Les actions de Montagnes du Jura portent sur **5 axes principaux :**
- Création d'outils de communication et plateforme de marque.
- Communication grand public.
- Communication interne au massif.
- Promotion et accompagnement des partenaires.
- Relations presse et relations publiques.

Le budget de ce collectif pour l'année 2014 était de : 672.000 €.
[…]

Source : Extrait du bilan de synthèse du Comité Régional du Tourisme de Franche-Comté 2014 :

Développer et promouvoir le sport en région Franche Comté

La Région veut favoriser le développement du sport pour tous. Elle aide les comités régionaux à structurer et soutenir leurs clubs. Le but : améliorer l'accueil des sportifs, encourager la formation de bénévoles, développer les projets qui sensibilisent les publics aux bienfaits de la pratique sportive sur la santé et valorisent les mixités. Le Conseil régional s'implique également auprès des organisateurs des manifestations sportives régionales, pour faire naître des passions, et faire rayonner la Franche-Comté au-delà des frontières !

Source : http://www.franche-comte.fr/politiques-actions/pour-ses-habitants/sports/developper-et-promouvoir-le-sport.html

DOCUMENT 6

DES TRAILS POUR TOUS DANS LE JURA

Source : http://www.lesrousses.com/fr/animations/grands-evenements/la-transjutrail.html

Source : https://sites.google.com/site/utmjura/

DOCUMENT 7

CREATION D'UNE STATION DE TRAIL

Comment créer sa station de trail ?

Le 18 avril dernier, Benoît LAVAL, trailer-fondateur de Raidlight avec le vice-président de la Communauté de Communes Chartreuse-Guiers et divers responsables locaux, ont organisé une rencontre sur le thème de « la diversification et nouvelles pratiques en montagne : exemple d'offres modernes et complémentaires ». (…) En 2009, Benoît LAVAL a le projet de créer un espace sportif innovant autour de la pratique du Trail, l'idée de la « Station de Trail » était née. Les élus du Pilat, là où se trouvait la société Raidlight à son origine, n'y croyant pas, Benoît et son équipe ont commencé à prospecter pour trouver un territoire digne de leurs ambitions. Le maire de St-Pierre-de-Chartreuse, visionnaire, a tout de suite compris, lui, tout l'intérêt de ce projet.

C'est ainsi que Raidlight, sa trentaine de salarié et ses 4 millions de chiffre d'affaires ont quitté la Loire ingrate pour la Chartreuse si accueillante. Lors de l'implantation de Raidlight en Chartreuse en 2011, ce projet est accepté par les collectivités locales ; ils créent ensemble cette première Station de Trail. Elle regroupe la commune, le Parc Naturel Régional, l'association des accompagnateurs en montagne, et bien sur la société Raidlight.

C'est quoi ? La Station de Trail est une structure dédiée au Trail, proposant aux pratiquants des parcours balisés pour courir ou randonner, un Stade de Trail pour les entraînements spécifiques et un espace d'accueil pour s'entraîner, échanger, se préparer et se détendre. Chaque station est adaptée à son territoire. Pour maintenir un degré de qualité suffisant pour les usagers, et avoir une uniformité et de la cohérence entre toutes les Stations de Trail, les règles suivantes sont imposées :

- Une dizaine de parcours de trail-rando, tous niveaux ;
- Des ateliers au « stade de trail » ;
- Respecter la charte graphique et un balisage homogène « Station de Trail » ;
- Un espace d'accueil et de présentation de la Station ;
- L'usage du site internet « Station de Trail » officiel ;
- Une plateforme de test de produits conseillée, pas obligatoire.

Les parcours de la Station de Trail s'appuient sur un réseau des sentiers de randonnée existant, qui est déjà balisé. Un balisage supplémentaire spécifique Station de Trail est rajouté aux points clefs des parcours, se servant des poteaux directionnels existants. Des panneaux présentant tous les parcours de la Station sont installés à la Station. Il existe des couleurs différentes pour les parcours (vert, bleu, rouge), comme pour les pistes de ski, même concept de niveau de difficulté.

DOCUMENT 7 (suite et fin)

Le Stade de trail est une vraie innovation. Sur un même terrain sont regroupés plusieurs ateliers permettant de s'entraîner de façon spécifique en course à pied et Trail. Les mesures sont exactes pour que le coureur puisse faire un entraînement rigoureux. Ces différents ateliers sont :

- Une piste en boucle plate herbeuse de 250 m ;
- Deux boucles de seuil de 1 km et 2,5 km avec le moins de dénivelé possible ;
- Un parcours de côte de 200 m avec une pente entre 10 et 15 %, pour s'entraîner à courir en montée.

Le site Internet dédié aux Stations de Trail dans lequel ces utilisateurs peuvent y trouver toutes les informations sur les parcours, télécharger les topos, obtenir des informations locales, les horaires d'ouverture, les tarifs, etc.

La base d'accueil est un espace multifonctionnel. C'est le cœur de la Station de Trail. A la base d'accueil sont proposés divers services aux coureurs :

- Visualisation des topos des différents parcours ;
- Informations diverses sur les partenaires et le territoire de la Station ;
- Bornes informatiques sur lesquelles l'utilisateur peut se connecter au site ;
- Des tests éventuels de produits énergétiques ;
- Des tests de produits de la marque Raidlight (gratuit) ;
- Des douches et des vestiaires ; Un espace « forme » (variable) : sauna, tapis de course, fauteuils de massage, etc.

Pourquoi ? Qui ? Cette activité, praticable en toutes saisons, est porteuse de valeurs : nature, famille, découverte, dépassement de soi, convivialité, solidarité, éthique, etc. Le but d'une Station de Trail est aussi de mettre en avant toutes les activités dans laquelle elle est implantée. C'est un outil de promotion du territoire. Le retour sur investissement de l'installation d'une Station de Trail est bien supérieur à un parcours de santé, parcours botanique ou autre installation de ce type. C'est un investissement pour une commune (moins de 50.000 euro) et dont les bénéfices sont mesurables immédiatement. En Chartreuse, c'est 15.000 personnes qui sont venues en 2012 à la Station. Cet afflux rejaillit sur l'économie locale. Le concept Station de Trail est un excellent vecteur de communication nationale et régionale pour un territoire.

Où ? Une Station de Trail est une solution de diversification des activités aussi bien pour une commune de plaine qu'une station de moyenne montagne. Il s'agit juste d'adapter le concept au territoire qui en a la volonté.

Chez vous ? Où que vous soyez, le concept de Station de Trail peut être mis en application. Pour un coût somme toute raisonnable, il est possible de voir votre territoire de pratique habituel se transformer en un spot du trail en France. Dans un peu moins d'un an, les municipales, l'occasion idéale pour rencontrer les candidats potentiels et leur proposer de mettre dans leur programme la création d'une Station de Trail. Pour argumenter votre projet, prenez contact avec la Station de Trail de Saint-Pierre-de-Chartreuse, qui se fera une joie de vous donner les éléments argumentaires nécessaires. Et qui sait, peut être que vous serez le prochain adjoint au Maire de votre commune, délégué au sport et à la Station de Trail !

Source : http://www.u-trail.com/comment-creer-sa-station-de-trail/

DOCUMENT 8

LE TRAIL UNE ACTIVITE EN PLEIN DEVELOPPEMENT

Le Trail : une activité sportive dont on n'a pas fini de parler

T.R.A.I.L., 5 lettres qui résonnent comme l'écho d'un ruisseau au fond d'une vallée, comme celui des pulsations qui battent sous les tempes.

Le Trail est une course pédestre qui s'effectue à allure libre en milieu naturel. Sur un parcours au profil changeant (chemins forestiers, sentier monotrace) et au dénivelé souvent marqué, la pratique du Trail se déroule dans le respect du milieu naturel. Chaque pratiquant est avant tout là pour se mesurer à lui-même et pour profiter d'un environnement préservé.
L'engouement pour le Trail connaît une croissance forte et continue depuis le début des années 2000, porté par l'évolution de la demande, l'organisation d'événements phares et le soutien d'acteurs économiques (marques de produits outdoor).

L'étoffe des champions

C'est aussi par la médiatisation d'athlètes de haut niveau que le Trail trouve peu à peu ses lettres de noblesse. L'Espagnol Iker Karrera ou le Catalan Kilian Jornet, les Français François D'Haene, Xavier Thévenard et Emilie Lecomte
(…) pulvérisent des records de durée, de distance et d'endurance au travers d'épreuves mythiques telles que l'Ultra Trail du Mont Blanc (UTMB), le Grand Raid de la Réunion (Diagonale des Fous), la Transvulcania (La Palma) et le Tor des Géants.
Ces stars de la discipline brillent par leurs performances mais aussi par leur humilité face aux défis, aux difficultés et à la nature.

Partout dans le monde

La France est précurseur dans le domaine (de 500.000 à 2 millions de pratiquants chaque année) mais le Trail progresse également en Belgique, en Espagne, en Italie, en Suisse, en Allemagne ainsi qu'aux Etats-Unis et au Japon. (…)

Des sportifs de divers horizons

Une étude « L'itinérance pédestre aujourd'hui et demain, de la randonnée découverte au trail » souligne que le Trail (ou randonnée rapide) attire des pratiquants venus de différents sports. Adeptes du VTT, de la randonnée, de l'athlétisme ou des sports collectifs, tous s'orientent vers un sport plus « nature », vers une discipline plus « authentique ».
Ils y retrouvent, d'une part, une pratique proche de la course à pied, axée sur la performance et la compétition sur des parcours balisés et, d'autre part, une activité orientée sur la découverte et l'aventure sur des tracés en pleine nature. Le défi physique, le dépassement de soi, la solidarité et le respect de l'environnement naturel sont les principales valeurs et motivations du trailer.

Un moteur pour l'économie touristique

Le Trail contribue désormais à l'évolution des politiques touristiques qui s'appuient sur l'activité pour proposer des produits ciblés à un public toujours plus nombreux et exigeant.
A titre d'exemple, en France, un réseau de *Stations de Trail* a été créé. Plusieurs régions touristiques ont pris le train en marche afin d'augmenter leur offre et ainsi permettre à chacun de découvrir des paysages différents au travers de cette nouvelle pratique. En 2014, plus de 60.000 personnes ont fréquenté ce réseau.

Source : http://www.extratrail.com/fr/a-propos-du-trail/

DOCUMENT 9

LE JURA TERRE DE TRAIL

Les Montagnes du jura: terre de Trail

De nombreux trails se déroulent en moyenne et haute montagne. En France la course la plus connue du grand public est l'Ultra Trail du Mont Blanc (166 km et 9 400 m de dénivelé positif). De nombreux trails sont organisés à toutes les périodes de l'année avec des distances accessibles au plus grand nombre. Dans les Montagnes du Jura, de nombreuses courses sont organisée tous les ans comme la mythique transju'trail (les 6 et 7 juin 2015), le trail des sangliers (en septembre) ou encore l'ultra trail « Un tour en terre du Jura » (les 11 et 12 juillet 2015).

Les Montagnes du Jura apparaissent comme le territoire idéal pour la pratique de ce sport, avec la présence de plusieurs parcours techniques, vallonnés, à fort dénivelé avec des parcours d'entraînement. Les Montagnes du Jura par leur relief et la qualité des paysages offrent de multiples possibilités pour la pratique du Trail. Vous pouvez vous initier à ce sport en parcourant les nombreux sentiers balisés. Les Montagnes du Jura permettent de communier avec la nature en admirant des paysages grandioses et préservés.

Les Montagnes du Jura : terre de champions

Par ailleurs, les Montagnes du Jura ont vu naître un champion de Trail, Xavier Thévenard, le vainqueur de l'ultra trail du Mont Blanc (UTBM) 2014. Xavier Thévenard est né à Nantua et a passé son enfance aux Plans d'Hotonnes dans la partie Ain du massif. A l'époque, Xavier n'était pas destiné à être un champion de Trail puisqu'il pratiquait le biathlon. C'est lors de la Transju'trail en 2009 qu'il se découvre une passion pour ce sport. Depuis, il enchaîne les courses avec succès, et représente fièrement les Montagnes du Jura.

Source : http://www.montagnes-du-jura.fr/trail/

DOCUMENT 10

CONTRAT D'IMPLANTATION D'UNE STATION DE TRAIL

Préambule du contrat :

L'association Station de Trail de Saint-Pierre-de-Chartreuse regroupe la commune de Saint-Pierre-de-Chartreuse, le Parc Naturel Régional de Chartreuse, Cartusiana - association des accompagnateurs en montagne de Chartreuse, et la société Raidlight. Cette association a finalisé et mis en place en 2010 et 2011 un espace sportif innovant autour de la pratique du Trail.

L'idée originale provient de Benoît LAVAL, fondateur de la société Raidlight. Dès l'origine du projet en Chartreuse, l'association et ses membres ont formulé le projet d'essaimer ce projet vers d'autres territoires, par la commercialisation de leur expérience sous forme de prestation, par le partage des contenus intellectuels, en vue d'agir collectivement au sein d'un réseau de Stations de Trail, regroupant à terme quinze à vingt Stations de Trail.

Il a été convenu que la société Raidlight resterait propriétaire des droits intellectuels du concept Station de Trail (marques, logos, adresse web, et tout le contenu déposé en propriété intellectuelle) qu'elle a inventé. Une convention attribue l'exploitation, l'usage et la diffusion de ces droits intellectuels sous forme de licences à l'association Station de Trail pendant une durée allant au moins jusqu'au 31/12/2016.

L'association « Station de Trail de Chartreuse » est mandatée et a toute latitude pour la mise en place de la commercialisation de cet essaimage, par la réalisation de prestations et de mise en place de licences des marques et logos associés au projet.

Budget global de mise en service d'une station de trail© :

Création et mise en place	Prestation de "station de trail"	A prévoir (coût moyen constaté)
Développement du projet local : - Réunions préliminaires avec le maître d'œuvre - Animation des réunions des acteurs locaux	2 000 €	
Parcours et balisage : - Licence de marque station de trail et droits d'auteurs pour 3 ans - Suivi de projet -Traçage des parcours Conception graphique des balises, cartes générales et plots de départs : - Fabrication des balises - Balisage sur le terrain - Pose des cartes générales et des plots	14 000 €	5 200 €
Base d'accueil : - Suivi de projet - Aménagements mobiliers	500 €	25 000 €
Site internet : - Acquisition du module web "station de trail" - Réalisation graphique dédiée à chaque station de trail Formation des intervenants locaux	8 500 €	
Documentation et formation : - Réalisation de plans d'entraînement dédiés à la station de trail - Réalisation de matériel de communication	2 000 €	580 €
Communication initiale : - Accompagnement au lancement de la communication - Publicité de lancement	1 000 €	1 000 €
Partenariats : Mise en place d'un espace test de produits		5 000 €
Total	28 000 €	36 780 €

La communauté de communes de la station des Rousses finance à 60 % la mise en place de nouvelles installations.

Source : Extrait du *contrat de d'implantation d'une station de trail*, Association station de trail© (modifié pour les besoins de l'épreuve)

DOCUMENT 11

UN IMPACT ENVIRONNEMENTAL

Aspects environnementaux

Le trail est un sport de pleine nature impliquant des questionnements sur son impact négatif sur l'environnement naturel. Les aspects environnementaux concernent principalement l'impact des compétitions qui rassemblent un grand nombre de personnes dans l'espace naturel (souvent la montagne) : les coureurs, les accompagnants, le public spectateur, les organisateurs.

Une enquête française de 2013-2014 sur l'impact écologique de l'UTMB (la course Ultratrail du Montblanc) fait apparaître les risques suivants à prendre en compte par toute organisation responsable :

- la dispersion des déchets dans le milieu naturel (emballages de produits de nutrition, mouchoirs...) ;
- les risques d'altération visuelle du paysage en raison d'un marquage à la peinture pour favoriser un balisage posé puis enlevé ;
- les risques d'érosion des terrains accentuée par l'usage des bâtons, les conditions humides (boue), les raccourcis hors-sentier ;
- les risques d'endommager la flore par le piétinement de la végétation, notamment en zone aride ou hors-sentier ;
- le dérangement de la faune sauvage (nuit, période de reproduction) ;
- le dérangement des troupeaux domestiques (portails non refermés, déchets ingérés).

Des campagnes de sensibilisation auprès des coureurs et des modifications des règlements de course visent à améliorer l'impact environnemental des courses. Par exemple, le balisage du parcours par panneau ou ruban de signalisation amovible (plutôt que par de la peinture sur les rochers), l'usage de gobelets personnels (plutôt que jetables), la disqualification des coureurs qui jettent leurs déchets par terre, le ramassage des déchets en pleine nature par des bénévoles, la limitation du nombre de participants dans les parcs nationaux, la limitation du nombre de stands de ravitaillement.

Source : https://fr.wikipedia.org/wiki/Trail_(course_%C3%A0_pied)#Aspects_environnementaux article rédigé à partir d'une vidéo http://www.ultratrail.tv/fr/videos/ultra-trail-lenvironnement-est-une-priorite/

DOCUMENT 12

LES STATIONS DE TRAIL EN FRANCE

N.B : Un spot de trail ne comporte que les chemins balisés

Source : http://www.stationdetrail.com/Accueil-FR.html

GRILLE D'EVALUATION

Capacités évaluées :

C10-Mobiliser les acquis attendus du technicien supérieur en développement et animation des territoires ruraux pour faire face à une situation professionnelle :

C 10.4- Répondre à une commande professionnelle

Questions	Critères	Note
1. Évaluer la pertinence de la mise en place d'une station de trail compte tenu du contexte de la Communauté de communes et du programme d'actions.	Evaluation d'un projet de services en territoire rural.	**/6**
2. Proposer une méthodologie de projet permettant la mise en place de la station trail, afin que les premiers usagers puissent en bénéficier dès le printemps 2017.	Conduite de projet en territoire rural.	**/7**
3. Rédiger un argumentaire ciblé pour exposer votre projet à un financeur potentiel, dont vous justifierez le choix.	Proposition d'un argumentaire ciblé.	**/4**
4. Élaborer la fiche action d'une animation permettant de valoriser la station de trail auprès d'un public non sportif.	Contribution à l'animation d'un territoire.	**/3**
		/20