

Plan de Gestion

Sites culturels – Ensemble urbain

Introduction

Les plans de gestion : définition, enjeux et objectifs

I- Engagement du site

II- Identification du site

II-1 Présentation générale

II-2 Nom du bien, localisation...

II-3

Critèr

e

s d'inscription et déclaration de valeur universelle exceptionnelle (VUE)

II-4 Mesures de protection

II-4.1 Réglementation

II-4.2 Acteurs

II-4.3 Moyens de contrôle

III- Stratégie de gestion

III-1 Axes prioritaires

III-2 Système de gestion

III-2.1 Mise en oeuvre du plan de gestion

III-2.2 Plan annuel

III-2.3 Evaluation et réorientation

III-3 Structure de gestion

III-3.1 Comité d'élaboration et de suivi du plan de gestion

III-3.2 Compétences

III-4 Identification des publics

IV- Etat des lieux, diagnostic

IV-1 Points forts et points faibles

IV-2 Menaces et opportunités au regard de la VUE

IV-3 Diagnostic sur l'état sanitaire du site

V- Gestion du patrimoine

V-1 Recherche et connaissance

V-1.1 Inventaires

V-1.2 Etudes scientifiques

V-1.3 Projets de recherche

V-2 Plan d'actions pour la conservation préventive

V-3 Plan de restauration du patrimoine bâti

V-3.1 Restauration, entretien et préservation du patrimoine bâti

V-3.2 Aménagement urbain

V-4 Protection et gestion des espaces naturels et du paysage

V-5 Outils opérationnels de gestion urbaine ou territoire de proximité

V-6 Compétences nécessaires à la sauvegarde du patrimoine

V-6.1 Identification des compétences nécessaires

V-6.2 Actions de sensibilisation à l'acquisition des compétences

VI- Valorisation

VI-1 Médiation

VI-2 Evènements

VI-3 Formation

VII- Accessibilité et sécurité

VII-1 Accessibilité générale

VII-2 Accès handicapés

VII-3 Sécurité des biens et des personnes

VIII-Développement local

VIII-1 Analyse socio-économique du territoire

VIII-2 Développement des activités touristiques et culturelles

VIII-2.1 Accueil et information

VIII-2.2 Politique tarifaire

VIII-2.3 Sensibilisation de la population

VIII-3 Partenariats locaux

VIII-3.1 Associations culturelles

VIII-3.2 Acteurs économiques

VIII-3.3 Métissage des cultures

VIII-4 Partenariats nationaux et internationaux

VIII-4.1 Politiques de réseaux

VIII-4.2 Projets de coopération

IX- Communication

IX-1 Objectifs par publics-cible

IX-2 Etablir un plan de communication

IX-3 Partage des expériences et des savoir-faire

IX-4 Promotion du site

X- Evaluation

X-1 Indicateurs de suivi

X-1.1 Collecte des données

X-1.2 Mesure des avis, besoins et attentes

X-1.3 Gestion des réclamations

X-1.4 Auto évaluation

X-2 Analyse

X-3 Amélioration

X-3.1 Réactualisation du plan