# RESEAU ESPACES VALLEENS
# Massif des Alpes

## Journée partage d'expériences
## HAUT CHABLAIS - 30 juin 2014

**DIVERSIFICATION :** « COMMENT DIVERSIFIER L'OFFRE TOURISTIQUE EN VALORISANT LES RESSOURCES NATURELLES ET CULTURELLES ? »

# Recueil des fiches expériences présentées

## Communauté de Commune du Haut-Chablais

## Domaine de Découverte de la Vallée d'Aulps : valorisation du site de l'abbaye d'Aulps

| | |
|---|---|
| Descriptif simple du projet | Création d'un site touristique sur le domaine monastique de l'abbaye d'Aulps (XII$^{e}$ siècle).<br>Centre d'interprétation du la vie monastique au Moyen Age. Création d'un espace d'exposition temporaire, boutique, tisanerie, et réhabilitation des jardins. |
| Pourquoi ? | Création d'un espace patrimonial et culturel alternatif et complémentaire aux activités touristiques classiques d'une vallée de montagne tel le ski alpin. |
| Comment ? | Diagnostic archéologique, historique et architectural.<br>Appel à des cabinets de scénographie, muséographie, Fédération des Ecomusées et Musées de Société (FEMS). Participation du milieu associatif (La Guérinière). Étude marketing (zone de chalandise...). Recherche de partenaires financiers (Etat / région / Europe) |
| Chiffres clés | 3,5 millions d'€ dont 600 000 pour la scénographie. 13 ans (études scientifique, technique et travaux).<br>4,5 / 5 Équivalents Temps Plein,<br>600 visiteurs en 2005 à 16 500 visiteurs en 2013. |
| Les réussites et acquis du projet | Annotations livre d'or très positives, pour les groupes comme pour les individuels.<br>Enquête de satisfaction FEMS.<br>Obtention de labels : Qualité tourisme<br>Obtention de prix : 1$^{er}$ prix patrimoine rhônalpin 2012, initiative Alpes (Banque Pop.) 2014, Innovation tourisme Rhône-Alpes 2010...<br>Fréquentation encourageante.<br>Fidélisation de la clientèle groupes scolaires<br>***Les expériences à valoriser***<br>Médiation culturelle à destination des scolaires.<br>Formation des professionnels.<br>***Les facteurs clés de succès***<br>Grande diversité des publics grâce à une médiation adaptée. Positionnement original. Qualité des aménagements. Recherche et rigueur scientifique, parties prenantes du projet de valorisation. Volonté politique constante. Recherche de financement efficace. |
| Les difficultés et pistes de progrès | ***Les erreurs à ne pas reproduire, les enseignements :***<br>Vigilance par rapport aux études de marché.<br>Excès d'optimisme pour certains projets.<br>Désintérêt de la population locale pour une plus grande implication dans nos projets.<br>***Les points de vigilance :***<br>Garder une cohérence en matière de programmation culturelle et d'utilisation du site.<br>Suréquipement en offres/aménagements culturels concurrentiels à l'échelle régionale.<br>***Quelles sont les prochaines étapes du projet, les caps à franchir ?***<br>Projet principal : réalité augmenté.<br>Renouvèlement de la scénographie.<br>Cohérence ce l'offre culturelle territoriale (Les Gets/Morzine/Bellevaux) et communication adaptée.<br>Atteindre 20000 visiteurs annuels (après recrutement). |
| Pour en savoir plus | *Site internet ou lien vers doc PDF complet*<br>**www.abbayedaulps.fr** |

## COMMUNAUTE DE COMMUNES DU PAYS DES ECRINS

## PARCOURS DE DECOUVERTE « DE LA GLACE…A LA LUMIERE ».

| | |
|---|---|
| **Descriptif simple du projet** | Le Pays des Écrins a conçu en partenariat avec Electricité de France et les éditions Gallimard un cheminement autour de son patrimoine hydroélectrique.<br>11 sites aménagés et sécurisés dont l'espace muséographique des Claux permettent de découvrir l'importance historique de la production d'électricité pour ce territoire de montagne. Ils permettent de découvrir les aménagements spectaculaires tantôt creusés dans la roche, tantôt suivant les pentes des montagnes, et les différents usages de cette ressource naturelle qui a façonné la géographie des Écrins.<br>Les sites du parcours suivent le fil de l'eau, des glaciers vers les centrales hydroélectriques. |
| **Pourquoi ?** | Le point de départ du projet provient de nombreuses questions dans les offices de tourisme du territoire à propos des conduites forcées. L'idée au départ a été de camoufler ces verrues dans le paysage. Puis, une réflexion a permis d'engager une démarche pour non pas cacher ces ouvrages, mais au contraire pour les valoriser. Ce sont donc des navettes qui ont été mises en place en créant un circuit de découverte de l'hydroélectricité.<br>Ensuite, la réussite à un appel à projet PER fin 2006 a permis de mettre en place les aménagements sur tous les sites ainsi que la création de l'espace muséographique des Claux. |
| **Comment ?** | Partenariat public-privé avec Electricité de France.<br>Travail avec les communes, EDF, le Parc national des Ecrins, l'office du tourisme du Pays des Ecrins, les archives départementales, le Pays du Grand Briançonnais, les services des partenaires financiers (Etat, Région, Département, ABF…), les éditions Gallimard, des historiens, architectes, graphistes, scénographes |
| **Chiffres clés** | - 1 252 920€<br>- 3 ans pour la réalisation<br>- Environ 4 ETP<br>- Le nombre de dépliants distribués, les connexions sur le site Gallimard n'ont cessé d'augmenter depuis 2010.<br>- La fréquentation, après une baisse en 2011 et 2012, a été nettement en hausse en 2013<br>- |
| **Les réussites et acquis du projet** | - Circuit complémentaire à l'aménagement de l'usine des Claux en espace muséographique<br>- Labellisation « Pôle d'Excellence Rural » en 2006<br>- Labellisation handicap en 2013<br>- Entière satisfaction des visiteurs à la fois pour l'espace muséographique et le circuit<br>- |
| **Les difficultés et pistes de progrès** | - Projet multi-partenarial : gestion complexe avec des logiques entre privé et public pas toujours en phase<br>- Découpage du projet global en multiples actions auprès des financeurs : difficulté de suivi<br>- Fonctionnement : comment « faire vivre » le produit crée et les équipements ?<br>- Améliorer la communication sur le produit et les applications smart-phones disponibles<br>- Améliorer les partenariats avec les écoles et autres acteurs susceptibles d'être intéressés par le produit<br>- |
| **Pour en savoir plus** | - http://www.paysdesecrins.com/circuits-de-decouverte/parcours-de-decouverte-de-la-glace-a-la-lumiere<br>- ecrins.latitude-gallimard.com |

## Vallées d'Aigueblanche – Communauté de Communes des Vallées d'Aigueblanche

## Création de l'espace scénographique sur les eaux de La Léchère « Aquacalida »

| | |
|---|---|
| **Descriptif simple du projet** | Le projet a consisté à créer un espace scénographique sur la thématique de l'eau thermale et de ses multiples usages, en particulier sur sa valorisation géothermique à La Léchère.<br>Afin de valoriser le vaste programme de géothermie sur la station thermale, la CCVA a souhaité communiquer sur cette opération et plus largement inviter la population locale, les curistes et les touristes à comprendre les enjeux du territoire et les décisions portées par la collectivité dans le domaine énergétique.<br>Le projet a consisté à définir les grandes thématiques à aborder, à construire un scénario à partir des données et des ressources collectées et à créer un espace de restitution fonctionnel, agréable, et générant une véritable expérience pour le visiteur. |
| **Pourquoi ?** | La géothermie est une thématique riche par les enjeux auxquels elle répond et par les connaissances techniques et scientifiques qu'elle met en jeu. Ancrée dans l'actualité et le territoire de la Tarentaise, la géothermie a été identifiée comme pouvant donner lieu à une offre culturelle d'intérêt Le développement d'un outil de diffusion de la culture scientifique et technique sur la géothermie offre également un intérêt pédagogique pour les établissements scolaires de la vallée .Outre cet aspect, c'est un excellent moyen de promotion de la station thermale de La Léchère et du thermalisme en général et une mise en lumière de l'action du territoire en matière énergétique et en particulier sur le volet géothermie.<br>C'est un très bon vecteur de communication auprès de la population locale, pas forcément au courant de cette opération, et un moyen pour qu'elle puisse s'approprier ces thématiques.<br>Enfin, l'espace scénographique complète l'offre touristique locale de fond de vallée, notamment pour les jours de mauvais temps. |
| **Comment ?** | De nombreux acteurs et ressources ont été mobilisés pour élaborer le projet : la Société des Eaux Thermales de La Léchère, le bureau d'étude maître d'œuvre de la réalisation du forage thermal, le bureau d'étude maître d'œuvre de l'opération de géothermie, l'ADEME, l'ASDER, l'Association du Pays de Tarentaise Vanoise concernant le PCET, l'Office de Tourisme, la commune de La Léchère, certains collectionneurs, les Archives Départementales. Une thèse de 2008 réalisée sur la station thermale a également été largement utilisée pour alimenter en données scientifiques l'espace scénographique.<br><br>***Particularité de la conception-réalisation*** : un intermédiaire principal avec qui la CCVA a pu construire progressivement son projet, des équipes de réalisation qui partagent leur savoir faire ce qui facilite la mise en œuvre du projet.<br><br>***Méthodes :*** la première étape a consisté en une rencontre entre l'animateur de l'espace valléen, le concepteur et le maître d'ouvrage d'un espace de médiation culturelle de même nature. Puis une délégation d'élus est venue visiter cet espace et rencontrer les acteurs locaux. Après avoir décidé de se lancer dans le projet, l'étape suivante a consisté, avec l'opérateur retenu, à définir les grandes thématiques à traiter, puis à l'élaboration d'un scénario, d'une histoire à raconter à partir des données et ressources collectées. Le cabinet d'ingénierie culturelle a ensuite adapté les médias au contenu. Chaque phase a été présentée en groupe de travail pour validation. Préalablement, les contenus vulgarisés ont été soumis aux spécialistes pour vérification de la justesse des propos.<br><br>***Les principales difficultés rencontrées*** l'ont été plus dans la mise en tourisme (relativement peu |

| | |
|---|---|
| | de visiteur pour le moment) après la création de l'espace plutôt que pendant la phase d'élaboration du projet. L'accès à certains documents d'archive a été difficile, notamment lorsqu'il a été question de particuliers. |

| | |
|---|---|
| **Chiffres clés** | Coût total du projet = 130 000 € HT, subvention du FEDER de 92 000 €, 38 000 € apportés par la CCVA.<br>Durée de réalisation du projet : 1an ;<br>Animation : 1 personne 3h par jour du mardi au samedi pour l'accueil du public, 200 visiteurs en avril (25% des prévisions). Les premières classes sont attendues en juin. |
| **Les réussites et acquis du projet** | Les résultats des questionnaires de satisfaction montrent un réel intérêt des visiteurs (temps de visite, thématiques traitées, qualité des explications…). La diversité des visiteurs (curistes, touristes, visiteurs, locaux, écoles) démontre l'intérêt du projet.<br>Facteurs clés : confier la mission à un véritable professionnel avec des références reconnues, se mettre à la place du visiteur, partir du contenu pour élaborer les médias et non l'inverse.<br>L'attention portée par tous les acteurs du projet sur l'accessibilité des contenus (niveau de lecture adapté à un enfant de 10 ans) et la prise en compte des attentes du principal public (les curistes) ainsi que la diversité des modes de médiation et d'entrée dans le sujet (visuel, récit, films d'animation, mise en scène d'interview, jeu…) est un gage de qualité du produit et de succès auprès du public. |
| **Les difficultés et pistes de progrès** | ***Les enseignements, les points de vigilance :***<br>Il faut bien veiller à commencer l'étude de positionnement et de faisabilité avant de réaliser le projet en lui-même, ce qui n'a pas été le cas ici. L'étude a été commandée après plusieurs mois de travail sur le projet.<br>Il faut également prévoir la signalétique d'accès bien an amont, et adapter le lieu aux spécificités locales : dans notre cas, les curistes ne supportent pas très longtemps d'être debout donc il faut prévoir des temps assis. Ce n'était pas le cas jusqu'à présent car le concepteur a jugé, au vu de son expérience, que ce type d'espace ne devait pas contenir de places assises. Les 2 mois d'ouverture au public démontrent le contraire.<br>***Les prochaines étapes du projet, les caps à franchir :***<br>Faire venir les écoles<br>Corriger les erreurs et dysfonctionnement perceptibles suite aux retours des visiteurs<br>Augmenter la fréquentation par une optimisation de la mise en tourisme et une meilleure signalétique d'accès.<br>Alimenter le site internet dédié en nouvelles et informations scientifiques |
| **Pour en savoir plus** | *http://aquacalida.fr/* |

## Pays Serre-Ponçon Ubaye Durance (Pays associatif)

## Pays d'Art et d'Histoire « Serre-Ponçon Ubaye Durance, montagnes de lumières »

| | |
|---|---|
| **Descriptif simple du projet** | Mise en œuvre d'un projet de territoire autour de la culture et du patrimoine naturel et culturel via la labellisation « Pays d'Art et d'Histoire ». Le label national PAH attribué par le Ministère de la Culture ne concerne en effet pas uniquement le patrimoine monumental ancien mais également les paysages et la qualité du cadre de vie en général. La candidature du Pays S.U.D a précisément été retenue grâce à la richesse de ses ressources naturelles (2 parcs nationaux, le grand lac de Serre-Ponçon, un Pays de haute-montagne : les plus Hautes-Alpes avec un patrimoine d'altitude unique, notamment des grands cols alpins, la Bonnette « plus haute route d'Europe », etc.) et culturelles, son patrimoine du XX$^{e}$ siècle liés aux grands travaux d'aménagements de la montagne (villas « barcelonnettes », ligne Maginot alpine, stations de ski comme les Orres labellisée patrimoine du XX$^{e}$ siècle, ouvrages de Serre-Ponçon etc). |
| **Pourquoi ?** | La création du Pays d'Art et d'Histoire S.U.D bidépartemental, à cheval sur les Hautes-Alpes et les Alpes de Haute-Provence repose sur un constat d'unité géographique (le même socle géologique : la nappe de charriage de l'Embrunais Ubaye : 2 vallées, la Durance et l'Ubaye, qui confluent et forment aujourd'hui le lac de Serre-Ponçon autour du Parpaillon), ainsi que sur une unité historique (un territoire unit par l'ancien archevêché d'Embrun : un archevêché des Alpes à la méditerranée).<br><br>Les élus du territoire ont souhaité ce projet car ils sont investis dans la culture depuis de nombreuses années (cf. 2010, année de la Culture en Pays S.U.D : bilan des 20 ans d'engagement et écriture du nouveau projet de territoire autour de la Culture via le PAH « montagnes de lumières »). Ils ont fait le constat d'un manque de visibilité de l'offre et de la destination, par rapport aux vallées alpines des Alpes du Nord par exemple. L'image de marque, le label qualité, représente donc un levier pour la diversification de l'offre touristique sur le territoire. |
| **Comment ?** | La mise en œuvre du PAH n'est effective que depuis 2 ans et la méthode de travail adoptée en terme de développement local est de définir un axe stratégique de développement (comme le patrimoine du XXe siècle) et de décliner les enjeux du PAH en fonction (ex. recherche/publications ; service éducatif ; animation territoriale avec programmation culturelle ; formation ; CIAP etc.).<br>La force du PAH repose sur son réseau de guides conférenciers (une dizaine de guides agréés) ayant tous une spécialité (AMM et GG, mise en scène, jeune public, agriculture, etc.).<br>Le réseau de partenaires est lui aussi très riche et constitue un véritable « réseau culture Pays élargi » (CAUE, sites patrimoniaux, syndicat des architectes, associations patrimoniales, parcs nationaux, acteurs privés comme EDF, etc.).<br>La principale difficulté est le déficit de communication sur les actions du PAH. En effet la structure porteuse, l'association Pays S.U.D manque de lisibilité auprès du public (habitants et visiteurs). Egalement, le PAH n'a pas encore trouvé son rythme de croisière pour assurer un véritable plan de communication. Le volet animation, chronophage, représente un risque par rapport à la mise en œuvre d'un véritable projet de territoire (aménagement culturel du territoire). Enfin, la recherche de financements pour assurer le fonctionnement du PAH représente un risque de passer à côté du cœur de métier et du projet de territoire posé dans la Convention PAH, au gré des appels à projets qui créent de nouveaux projets et besoins… |

| | |
|---|---|
| | Plus encore, l'avenir du Pays S.U.D au regard de la réforme territoriale (recomposition des territoires avec fusion des intercommunalités et disparition des Pays) constituent une menace pour l'avenir du PAH. |
| **Chiffres clés** | 100 000 € environ de budget annuel, fonctionnement compris. La convention PAH a été signée pour 10 ans et sera donc renouvelée en 2021 si pas de changement notoire sur le périmètre du Pays et de la structure porteuse du PAH.<br>L'animation représente 2 ETP pour le PAH + 10 guides conférenciers.<br>Les premiers résultats en termes de fréquentation sont très satisfaisants (par exemple, 2000 personnes sur le programme des Journées européennes du patrimoine, coordonnées à l'échelle Pays). |
| **Les réussites et acquis du projet** | Il s'agit d'un projet porté par les élus. La volonté politique est en effet le critère n°1 d'attribution du label PAH. NB : même si le Pays S.U.D disparaît, les élus souhaitent conserver le PAH.<br>Retour de satisfaction du public qui participe aux animations : aussi bien locaux que visiteurs, enfants qu'adultes.<br>Les facteurs du succès : structurer, coordonner et qualifier l'offre existante et créer une nouvelle offre qui consiste à **valoriser autrement les ressources naturelles et culturelles du territoire** (un seul exemple : succès de la visite spectacle du barrage de Serre-Ponçon qui insiste sur l'ouvrage non pas comme prouesse technique (visite EDF) mais comme chef d'œuvre esthétique, véritable « cathédrale électrique » labellisée au patrimoine du XX$^{e}$ siècle. |
| **Les difficultés et pistes de progrès** | ***Points de vigilance :*** entretenir l'appropriation du PAH par les nouvelles équipes municipales, partenaires, etc.<br>***Prochaines étapes*** : après une année 1 consacrée à la création d'une offre « Pays d'Art et d'Histoire » (premiers programmes d'animations) et une année 2 davantage consacrée à la structuration du service PAH (confortement du statut des guides conférenciers etc.), passer le cap de l'animation territoriale vers le développement local avec la création d'outils pérennes d'aménagement culturel du territoire. Exemples : création du CIAP en réseau (centre d'interprétation de l'architecture et du patrimoine, lieu culturel de proximité donnant des clés de compréhension du territoire), développement du service éducatif du PAH avec locaux d'ateliers du patrimoine (en lien avec la réforme des rythmes scolaires : développement de l'éducation artistique et culturelle). |
| **Pour en savoir plus** | *Site internet ou lien vers doc PDF complet*<br>www. pays-sud.fr |

## Alpes du Léman - Syndicat

## Valorisation du terroir et des savoir-faire en lien avec le tourisme et les loisirs

| | |
|---|---|
| **Descriptif simple du projet** | Un projet de départ ambitieux avec les objectifs suivants :<br>- Maintenir une activité locale agricole et artisanale participant à l'attractivité du territoire.<br>- Fédérer les acteurs locaux de l'agriculture et de l'artisanat pour qu'ils ouvrent davantage leur activité à la clientèle tourisme-loisirs.<br>- Associer davantage la marque Alpes du Léman aux productions locales agricoles et artisanales.<br>- Proposer une gamme de produits de découverte initiatique de l'agriculture et de l'artisanat.<br>- Sensibiliser le visiteur à l'évolution de l'agriculture du territoire et à la préservation des activités agricoles de moyenne montagne.<br>- Développer la notoriété des produits du terroir et leur commercialisation.<br>- Favoriser les liens avec les bassins de clientèle locale pour développer des circuits courts de distribution des produits locaux et artisanaux.<br><br>Motivé par le succès de nos trois sentiers d'interprétation, il s'agissait entre autre de mettre en interprétation le terroir et les savoir-faire des Alpes du Léman.<br><br>Sur les 50 actions ambitionnées au départ, une dizaine a déjà été réalisée :<br>- Création d'une base de données des acteurs.<br>- Organisation d'un Eductour en Suisse voisine.<br>- Création d'un événement « Montée en alpage ».<br>- Création de produits « visites » (à la ferme, dans les alpages, dans un atelier de fabrication de fromage).<br>- Produits locaux dans les restaurants.<br>- Paniers pique-nique.<br>- Musette sucrée.<br>- … |
| **Pourquoi ?** | Organiser la rencontre entre le visiteur et ceux qui « sont et font les Alpes du Léman » : les agriculteurs, producteurs et artisans en particulier. |
| **Comment ?** | Le travail s'est déroulé sur le schéma suivant :<br>• Réalisation d'un diagnostic, validation d'une stratégie et d'un plan d'action.<br>• Accompagnement de l'ensemble par le cabinet Atémia.<br>• Implication des acteurs tout au long du processus : groupe de travail, séances de créativité, comité de pilotage.<br>• Accompagnement de A à Z dans le cadre de Sytalp (Loïc Perron et Hugues Béesau).<br>• Accompagnent individuel de chaque acteur motivé pour mener à bien un projet de valorisation. |
| **Chiffres clés** | 1,5 an pour les phases diagnostic, stratégie, plan d'action – 70 000 € TTC.<br>20 000 € HT à ce jour pour la phase de réalisation des actions<br>50 acteurs directement impliqués dans la démarche.<br>30 participants à l'Eductour.<br>60 participants à la 1ère édition de la montée en alpage (2013) et 150 participants (repas) à la 2ème édition (2014).<br>9 restaurants partenaires de l'opération « menu du terroir ». |

| | |
|---|---|
| **Les réussites et acquis du projet** | Une re-sensibilisation des acteurs (socioprofessionnels, élus, office de tourisme) à la valeur du terroir et du savoir-faire des Alpes du Léman.<br>Certains projets « volent à présent de leurs propres ailes » : montée en alpage et visites en particulier.<br>Le plan d'action ambitieux du départ va permettre de poursuivre la réalisation des actions sur encore plusieurs années : les idées ne manquent pas !<br>***Parmi les facteurs-clés de succès :***<br>• Le travail d'animation des acteurs réalisés au départ avec le cabinet Atémia.<br>• La large concertation avec 400 entreprises sollicitées à l'origine en partenariat avec la CCI et la chambre d'agriculture.<br>• La gestion du projet en composant entre les élus, les acteurs, le cabinet et les partenaires associés. |
| **Les difficultés et pistes de progrès** | ***Parmi les points de vigilance et les questions qui se posent :***<br>• L'animation des acteurs dans la durée : le départ en 2013 du chef de projet qui a lancé la démarche a déstabilisé le réseau d'acteurs qui est - aujourd'hui encore - difficile à relancer.<br>L'animation d'acteurs qui n'ont pas d'habitude de travail en commun nécessite de « tenir en haleine » un noyau dur dans la durée et de privilégier le contact sur le terrain (à l'image d'un(e) commercial(e))<br>• Le calendrier de réalisation : la réalisation concrète des actions s'est « télescopée » avec : la fusion de nos trois offices de tourisme (2013) et les élections municipales (2014), ce qui n'a pas simplifié la réalisation de certaines actions.<br>• L'ambition du projet : il apparaît à présent que le plan d'action global était beaucoup trop ambitieux. Se limiter à une série d'actions phares aurait permis de donner rapidement des résultats pour maintenir la motivation des acteurs et en convaincre de nouveaux.<br>• L'échelle de travail : certaines actions auraient mérité une animation à une échelle plus large que l'espace valléen…mais les partenaires financiers et les élus locaux sont souvent attachés aux frontières territoriales.<br>• « La concurrence de projet » : « le terroir », « l'authentique » sont des produits « à la mode » et « vendeurs ». Les villes développent des opérations de valorisation du terroir, des sites internet fleurissent, certaines entreprises privées jouent la carte « produits locaux » (exemple : Groupama et son site www.granvillage.com : « Trouvez les offres de producteurs près de chez vous).<br>• La motivation générale : dans notre zone de moyenne montagne à proximité du Grand Genève, la plupart des producteurs et artisans ont des débouchées importants.<br>On souhaite les impliquer pour valoriser leur activité mais il arrive aussi qu'ils jouent le jeu pour nous aider – nous en priorité - à valoriser notre territoire : le contrat gagnant-gagnant est à construire au cas par cas, en fonction de la situation de chaque acteur.<br><br>***Quelles sont les prochaines étapes du projet, les caps à franchir ?***<br>• Capitaliser sur les projets qui fonctionnent bien : montée en alpage, opération restaurateurs, les visites.<br>• Améliorer les concepts innovants qui ont été testés : musette sucrée vendue dans les offices de tourisme, paniers pique-nique…<br>• Mener une campagne de re-mobilisation des acteurs en allant les voir un par un.<br>• Préparer les bases d'un nouveau plan d'action moins ambitieux mais plus en phase avec les besoins des acteurs.<br>• Profiter du programme en cours d'amélioration de nos sentiers d'interprétation pour associer les acteurs terroir – savoir-faire. |
| **Pour en savoir plus** | • Vidéos promotionnelles : http://ete.alpesduleman.com/videos-films-des-alpes-du-leman.html<br>• Le blog de la démarche : http://blogalpesduleman.wordpress.com/ |

## Haute Maurienne Vanoise – Communauté de communes

## Les parcours-jeux Haute Maurienne Vanoise

| | |
|---|---|
| **Descriptif simple du projet** | Trois parcours-jeux ont été mis en place sur trois sites différents.<br>Chaque parcours-jeu propose un scénario et une dizaine d'énigmes à résoudre :<br>• *A Bessans : tu es une jeune bergère à la recherche du cœur gravé de ton amoureux ;*<br>• *A Lanslevillard : tu es à la recherche du trésor de Landry ;*<br>• *A Sollières-Sardières : tu es Bérold de Saxe repoussant les troupes du Marquis de Suse.*<br><br>Des indices et des réponses sont cachés sur le terrain.<br>Ce sont des promenades destinées principalement aux familles (enfants 6-14 ans). Elles durent de 2h30 à 3h30. Deux d'entre elles sont accessibles en poussettes « tout terrain ».<br>Les parcours-jeux peuvent se pratiquer avec deux types de support : une version papier et une version application mobile (Iphone et Androïd).<br>Ils sont disponibles en français (papier et application mobile) ainsi qu'en anglais et néerlandais (application mobile uniquement).<br>Pour jouer, les personnes s'acquittent de 7 € (par famille) à l'office de tourisme (vendeur exclusif du jeu) qui leur remet alors le carnet de jeu ou le flashcode permettant de télécharger l'application. Ce prix comporte également la remise d'une récompense à l'issue du jeu. |
| **Pourquoi ?** | Diversifier l'offre par la création d'un produit ludique, familial et innovant, utilisant les nouvelles technologies et valorisant le patrimoine local. |
| **Comment ?** | Le travail s'est déroulé de manière progressive et collective :<br>• Le cabinet-conseil ALTERESPACES a été recruté pour accompagner la Communauté de communes ;<br>• Localement élus et associations du patrimoine se sont mobilisés ;<br>• Lors des phases de « test » les familles locales se sont prêtées au jeu ;<br>• Au sein de la CCHMV plusieurs services ont collaboré (« développement local » et « activités de pleine nature »), il s'agit d'un travail d'équipe.<br><br>Le projet a été imaginé et mené dans un souci de préservation de l'environnement (mobiliers de jeu discrets, carnets de jeux imprimés avec label Imprim'Vert, etc.).<br>Suite à la consultation lancée pour la réalisation des parcours-jeux, plusieurs entreprises Rhône-Alpines, dont certaines mauriennaises et haut-mauriennaises, ont été retenues. |
| **Chiffres clés** | Ce projet a nécessité 2 années de travail (du lancement de la consultation à l'ouverture des parcours-jeux) avant de voir le jour.<br>Il a coûté 170000 €HT.<br>Les parcours-jeux sont en place depuis le mois de juillet 2013.<br>En moins de 2 mois d'été 600 carnets de jeu ont été vendus, à raison de 1 par groupe ou par famille. |
| **Les réussites et acquis du projet** | Les 1ers retours sont excellents, tant de la part des conseillers en séjour de l'office de tourisme en charge de vendre les parcours-jeux que de la part des clients eux-mêmes.<br>L'avis est assez unanime, les parcours-jeux répondent à la demande des clientèles familiales.<br>Un nombre non négligeable de familles locales a également joué et est enthousiaste. La population locale est un prescripteur incontournable de ces parcours-jeux auprès des clientèles touristiques.<br>Les points forts de ces parcours-jeux selon les joueurs sont les suivants :<br>• Les enfants marchent sans difficultés et sans se poser de question ; toute la famille peut se |

| | |
|---|---|
| | promener dans la bonne humeur ;<br>• Le côté collaboratif plaît beaucoup ; grands-parents, parents, enfants… tous coopèrent pour résoudre les énigmes ;<br>• La tranche d'âge des enfants participants dans le cadre familial s'est élargie :<br>  o Les parcours-jeux s'adressent davantage aux 8-14 ans qu'aux 6-12 ans comme initialement prévu ;<br>  o Les 4-8 ans participent à leur manière (recherche d'indices notamment) ;<br>  o Les 14-18 ans se prennent au jeu.<br><br>***Parmi les facteurs-clés de succès :***<br>• L'éductour initial à St Christophe la grotte (Parcours-jeu Azil et Magda) et le travail de benchmarking réalisé avec le cabinet-conseil ;<br>• La concertation assez large (associations du patrimoine, familles, élus…) et ce, tout au long du projet ;<br>• Le choix du cabinet-conseil ;<br>• La gestion du projet ;<br>• Le budget alloué. |
| **Les difficultés et pistes de progrès** | ***Parmi les points de vigilance et les questions qui se posent :***<br>• Le numérique est-il souhaitable partout et tout le temps, c'est-à-dire dans tous les projets ?<br>La version « application numérique » n'a pas été plébiscitée, bien qu'elle fonctionne.<br>La question en suspens : comment réussir un projet numérique de jeu ou de médiation culturel ? Il pourrait être pertinent d'accompagner les territoires à l'échelle du massif à ce sujet.<br>• Comment concrètement présenter cette nouvelle offre d'activités dans le cadre des actions de promotion/communication ? Est-ce un élément différenciateur ? A mettre en lien avec la cible « famille » de la destination.<br>• Problème d'organisation et de gouvernance locale : initialement les parcours-jeux étaient également conçus pour le public de weekends et courts-séjours au printemps et à l'automne ainsi que pour les classes découverte qui viennent à ces périodes, or l'office de tourisme n'est que partiellement ouvert à ces périodes, rendant difficile l'accès au produit. Ainsi il n'est pour l'instant pas réellement possible de « tester » les parcours-jeux en intersaison.<br><br>***Quelles sont les prochaines étapes du projet, les caps à franchir ?***<br>• Commercialisation sur Aussois voire autres offices de tourisme du Canton de Modane ;<br>• Prescription plus poussée auprès des centres de vacances du territoire et conception d'un produit à destination des « scolaires » ;<br>• Valorisation des versions numériques néerlandaises et anglaises auprès des clientèles internationales et de leurs hébergeurs ;<br>• Surveillance et entretien régulier pour une qualité de jeu irréprochable, et ce durant toute sa durée de vie. |
| **Pour en savoir plus** | • Un publi-reportage a été réalisé par Montagne TV : http://www.montagnetv.com/programmes/video/x1qs347/parcours-jeux-en-haute-maurienne-vanoise-les-immanquables-2014<br>Il a été diffusé au printemps 2014 et est en ligne sur le site internet de la destination Haute Maurienne Vanoise ;<br>• Un reportage journalistique a été réalisé par Montagne TV (diffusé dans le cadre du magazine « enjeux » le 26 septembre 2013) ; à voir également sur http://www.dailymotion.com/video/x15d7ps_emission-01-enjeux-2013_tv# (HMV à 42'20); |

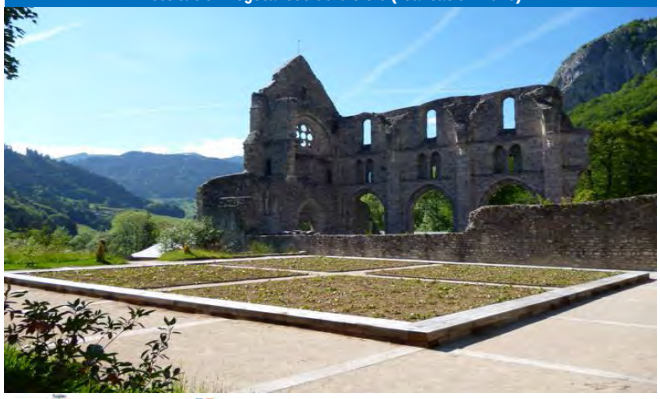
# Syndicat Intercommunale d'Aménagement du Chablais

## Geopark Chablais

| | |
|---|---|
| **Descriptif simple du projet** | Les Geoparks sont des territoires possédants un patrimoine géologique d'intérêt international. Loin d'être des « musées géologiques à ciel ouvert », ils maillent cette « mémoire de la Terre » avec les autres composantes patrimoniales territoriales. Ainsi, patrimoines géologiques, naturels, culturels tangibles et intangibles doivent y être valorisés pour la mise en place d'une stratégie de développement économique durable et intégrée.<br>Le Geopark Chablais s'inscrit dans cette dynamique. |
| **Pourquoi ?** | Les élus du Chablais (entre 2003 et 2009) ont souhaité que le Chablais devienne un Geopark, pour deux raisons, d'une part, pour eux les difficultés de transports, le mode de vie en vallée cloisonnée était en grande partie dû à l'histoire géologique. Ils ont souhaité que cette particularité soit mise en valeur et devienne une richesse. D'autre part, nous sommes dans une région à fort solde migratoire positif et les élus ont vu dans les Geoparks un outil d'appropriation du territoire par les nouveaux habitants.<br><br>L'objectif est de permettre aux habitants, visiteurs, de s'approprier, ou de se réapproprier leur territoire et d'y vivre. Cela passe par une meilleure connaissance des patrimoines de la Terre en proposant un regard nouveau et en permettant au territoire de se développer durablement. Pour cela, les thèmes suivants sont privilégiés :<br>- La connaissance et la préservation des entités géologiques remarquables mais aussi naturelles, culturelles (matérielles, immatérielles) ;<br>- La vulgarisation des connaissances scientifiques grâce à divers médias d'interprétations (mises en valeur de géosites, sentiers de randonnée thématiques, visites guidées, expositions, formations...) ;<br>- L'émergence de nouvelles activités liées au développement d'un tourisme doux dit géotourisme. |
| **Comment ?** | La mise en œuvre du geopark s'est faite selon un plan de développement en 5 axes :<br>- **Identification, préservation, recherche** => non visible du public mais au cœur de la valorisation<br>**- Pédagogie, formation =>** dans un premier temps, nous avons monté des formations pour avoir des personnes à même d'intervenir au nom du Geopark. Puis dans un second temps nous avons développé les premiers outils pédagogiques sur des sites patrimoniaux du Chablais (ex: domaine de découverte)<br>- **Valorisation, géotourisme** =>mise en place de la géoroute (23 sites aménagés), et d'outils de découverte : livret.... Les premiers séjours de découverte commencent à sortir, ils sont portés et diffusés par les partenaires.<br>- **Communication =>** site internet, flyer, article de presse.....<br>**- Coopération - réseau des Geoparks =>** participer aux actions du réseau des Geoparks et développer des actions communes.<br><br>***Difficulté***<br>- Nécessité de l'adéquation territoire géologique et territoire politique<br>- Changement d'échelle du territoire au cours du montage du projet<br>- Gérer l'aménagement de 23 sites sans être maître d'ouvrage<br>- Diffuser l'information, les outils de communication, les produits créés sans avoir la compétence tourisme |

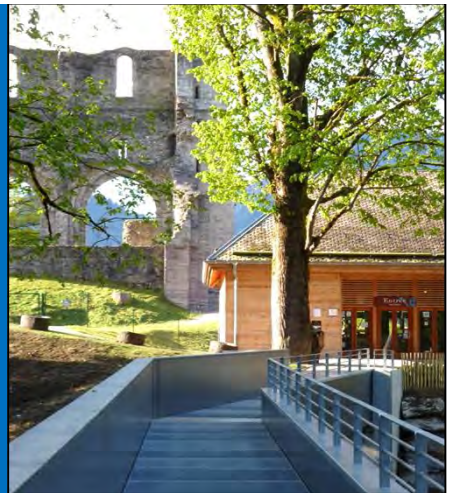
| | |
|---|---|
| **Chiffres clés** | Démarrage du projet 2007, intégration au réseau des Geoparks européens 2012<br>Le coût de fonctionnement du Geopark est de 230 000 euros an - hors mise en place de la géoroute<br>Nous commençons simplement à voir les premières retombées économiques, nous espérons avoir une première estimation fin 2014 |
| **Les réussites et acquis du projet** | - L'intégration du Chablais au réseau des Geoparks<br>- Les retours des enquêtes de satisfaction<br>- L'implication de plus en plus forte des AMM, GPPS... dans le geopark<br>- Les premiers produits de tours operator<br>*Les expériences à valoriser – Les facteurs clés de succès*<br>- Formations<br>- Disponibilité |
| - | *Les erreurs à ne pas reproduire, les enseignements, les points de vigilance.*<br>- Totalement dépendant d'un financement non pérenne<br>- Changer d'échelle territoriale en phase de création<br>- Ne pas avoir de compétence tourisme<br>*Quelles sont les prochaines étapes du projet, les caps à franchir?*<br>- développer des partenariats plus forts avec les acteurs du tourisme dont les OT pour qu'ils deviennent une vraie interface entre les visiteurs et le Geopark<br>- mieux intégrer les acteurs du tourisme à l'élaboration des "produits" pour qu'ils se les approprient mieux.<br>- signaler les sites de la géoroute et l'entrée du Geopark...<br>- passer des conventions avec l'éducation nationale<br>- 2016 : maintenir le Geopark Chablais dans le réseau des Geoparks Européens |
| **Pour en savoir plus** | ***www.geopark-chablais.fr*** |

## Communauté de communes Haut-Chablais - Domaine de la découverte
## Restitution végétalisée du cloître (réalisation 2013)





## Communauté de communes Haut-Chablais domaine de la découverte
## Nouvelle passerelle d'accès au domaine (réalisation 2014)



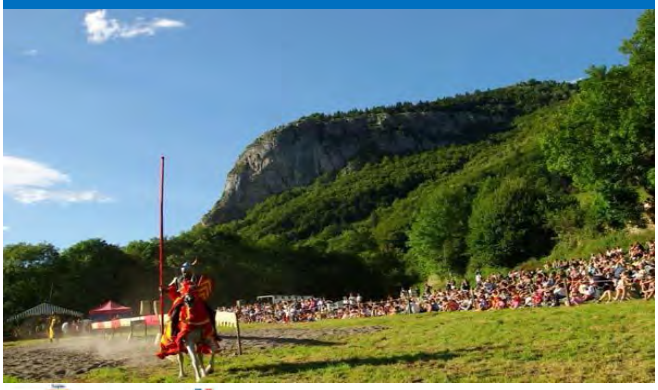


## Communauté de communes Haut-Chablais domaine de la découverte
## Scénographie de l'exposition permanente. (Réalisation 2007)

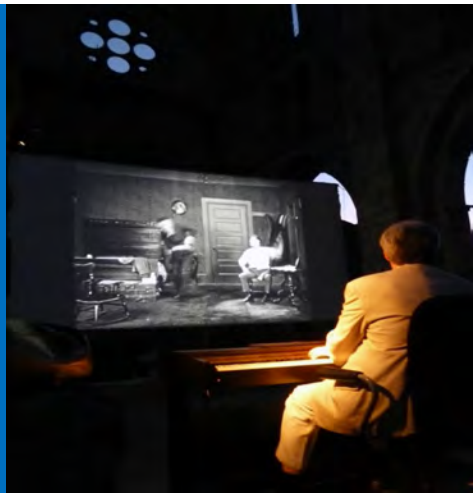
## Communauté de communes Haut-Chablais domaine de la découverte
## Potager médiéval (réalisation 2008)

## Communauté de communes Haut-Chablais domaine de la découverte
## Visite expérientielle (mise en situation)

## Communauté de communes Haut-Chablais domaine de la découverte
## Fête médiévale (2013)



## Communauté de communes Haut-Chablais domaine de la découverte
## Cinéma plein air avec le pianiste Joel Forrester (2013)

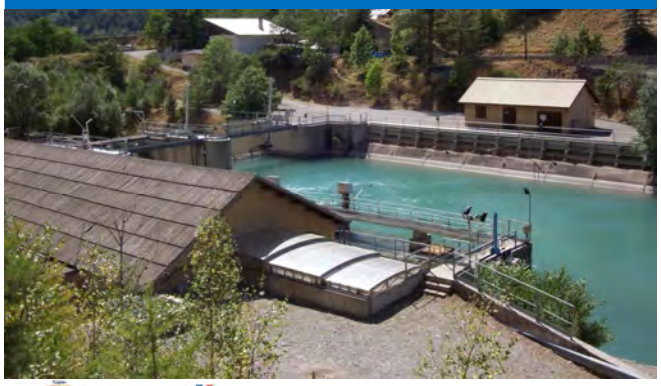




## Communauté de communes Pays des Ecrins
## Parcours de découverte « de la glace... à la lumière »

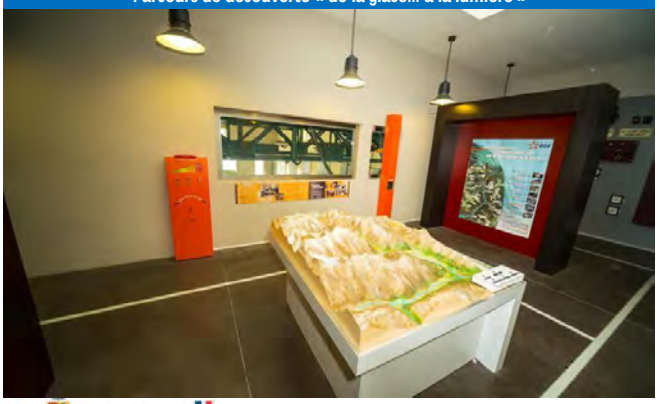
RESEAU ESPACES VALLEENS - Massif des Alpes – journée partage d'expériences Alpes du Léman / HAUT CHABLAIS - 30 juin 2014

## Communauté de communes Pays des Ecrins
## Parcours de découverte « de la glace... à la lumière »





## Communauté de communes Pays des Ecrins
## Parcours de découverte « de la glace... à la lumière »



RESEAU ESPACES VALLEENS - Massif des Alpes – journée partage d'expériences
Alpes du Léman / HAUT CHABLAIS - 30 juin 2014

## Communauté de communes Pays des Ecrins
## Parcours de découverte « de la glace... à la lumière »

RESEAU ESPACES VALLEENS - Massif des Alpes – journée partage d'expériences
Alpes du Léman / HAUT CHABLAIS - 30 juin 2014

## Communauté de communes Pays des Ecrins
## Parcours de découverte « de la glace... à la lumière »

RESEAU ESPACES VALLEENS - Massif des Alpes – journée partage d'expériences
Alpes du Léman / HAUT CHABLAIS - 30 juin 2014

## Communauté de communes Pays des Ecrins
## Parcours de découverte « de la glace... à la lumière »

## Communauté de communes Pays des Ecrins
## Parcours de découverte « de la glace... à la lumière »

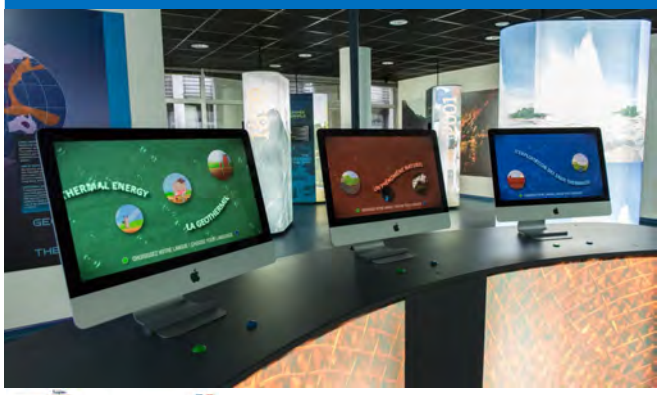
## Communauté de communes Pays des Ecrins
## Parcours de découverte « de la glace... à la lumière »

## Communauté de communes des Vallées d'Aigueblanche
## Espace scénographique sur les eaux de la Léchère

## Communauté de communes des Vallées d'Aigueblanche
## Espace scénographique sur les eaux de la Léchère

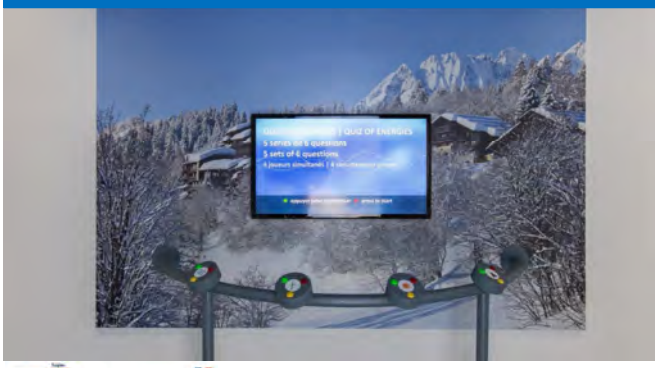
## Communauté de communes des Vallées d'Aigueblanche
## Espace scénographique sur les eaux de la Léchère

**Communauté de communes des Vallées d'Aigueblanche**
**Espace scénographique sur les eaux de la Léchère**




RESEAU ESPACES VALLEENS - Massif des Alpes – journée partage d'expériences
Alpes du Léman / HAUT CHABLAIS - 30 juin 2014

**Communauté de communes des Vallées d'Aigueblanche**
**Espace scénographique sur les eaux de la Léchère**




RESEAU ESPACES VALLEENS - Massif des Alpes – journée partage d'expériences
Alpes du Léman / HAUT CHABLAIS - 30 juin 2014

**Communauté de communes des Vallées d'Aigueblanche**
**Espace scénographique sur les eaux de la Léchère**

RESEAU ESPACES VALLEENS - Massif des Alpes – journée partage d'expériences
Alpes du Léman / HAUT CHABLAIS - 30 juin 2014

**Communauté de communes des Vallées d'Aigueblanche**
**Espace scénographique sur les eaux de la Léchère**

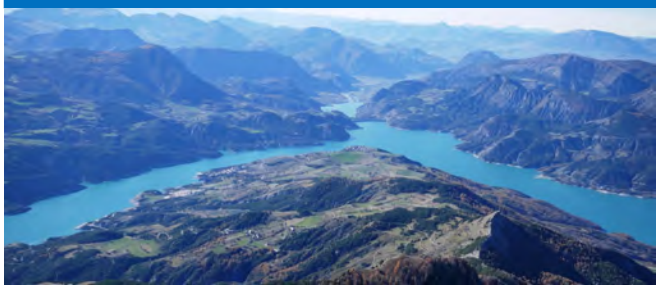
RESEAU ESPACES VALLEENS - Massif des Alpes – journée partage d'expériences
Alpes du Léman / HAUT CHABLAIS - 30 juin 2014

**Communauté de communes des Vallées d'Aigueblanche**
**Espace scénographique sur les eaux de la Léchère**

RESEAU ESPACES VALLEENS - Massif des Alpes – journée partage d'expériences
Alpes du Léman / HAUT CHABLAIS - 30 juin 2014

**Pays Serre-Ponçon Ubaye Durance**

**Pays d'Art et d'histoire « Serre-Ponçon Ubaye Durance , Montagnes de lumières »**



RESEAU ESPACES VALLEENS - Massif des Alpes – journée partage d'expériences
Alpes du Léman / HAUT CHABLAIS - 30 juin 2014

**Pays Serre-Ponçon Ubaye Durance**

**Pays d'Art et d'histoire « Serre-Ponçon Ubaye Durance , Montagnes de lumières »**

RESEAU ESPACES VALLEENS - Massif des Alpes – journée partage d'expériences
Alpes du Léman / HAUT CHABLAIS - 30 juin 2014

**Pays Serre-Ponçon Ubaye Durance**

**Pays d'Art et d'histoire « Serre-Ponçon Ubaye Durance , Montagnes de lumières »**

RESEAU ESPACES VALLEENS - Massif des Alpes – journée partage d'expériences
Alpes du Léman / HAUT CHABLAIS - 30 juin 2014

**Pays Serre-Ponçon Ubaye Durance**

**Pays d'Art et d'histoire « Serre-Ponçon Ubaye Durance , Montagnes de lumières »**

RESEAU ESPACES VALLEENS - Massif des Alpes – journée partage d'expériences
Alpes du Léman / HAUT CHABLAIS - 30 juin 2014

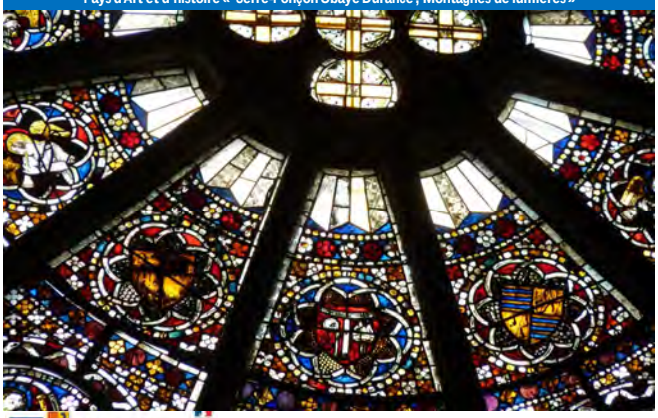
**Pays Serre-Ponçon Ubaye Durance**

**Pays d'Art et d'histoire « Serre-Ponçon Ubaye Durance , Montagnes de lumières »**

RESEAU ESPACES VALLEENS - Massif des Alpes – journée partage d'expériences Alpes du Léman
HAUT CHABLAIS - 30 juin 2014

**Pays Serre-Ponçon Ubaye Durance**

**Pays d'Art et d'histoire « Serre-Ponçon Ubaye Durance , Montagnes de lumières »**

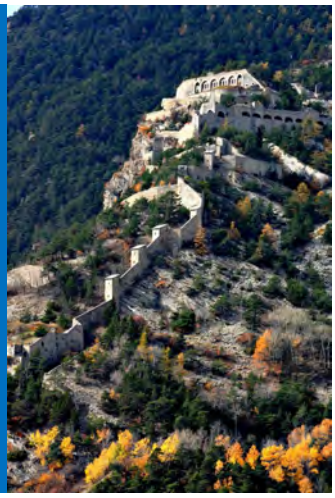


RESEAU ESPACES VALLEENS - Massif des Alpes – journée partage d'expériences
Alpes du Léman / HAUT CHABLAIS - 30 juin 2014

## Pays Serre-Ponçon Ubaye Durance
## Pays d'Art et d'histoire « Serre-Ponçon Ubaye Durance , Montagnes de lumières »

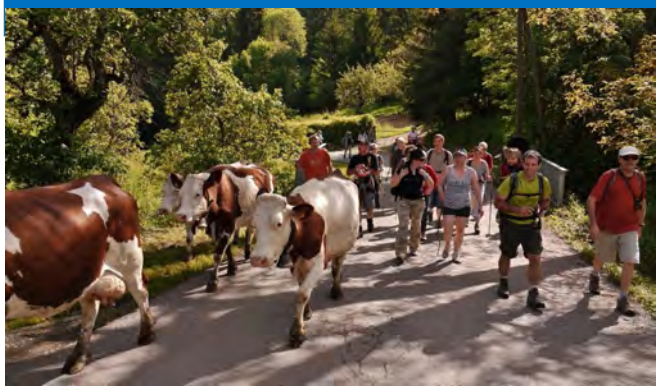
RESEAU ESPACES VALLEENS - Massif des Alpes – journée partage d'expériences
Alpes du Léman / HAUT CHABLAIS - 30 juin 2014

Pays Serre-Ponçon Ubaye Durance
Pays d'Art et d'histoire « Serre-Ponçon Ubaye Durance , Montagnes de lumières »



RESEAU ESPACES VALLEENS - Massif des Alpes – journée partage d'expériences Alpes du Léman / HAUT CHABLAIS - 30 juin 2014

## Les Alpes du Léman
## Valorisation du terroir et des savoir-faire en lien avec le tourisme et les loisirs



RESEAU ESPACES VALLEENS - Massif des Alpes – journée partage d'expériences Alpes du Léman / HAUT CHABLAIS - 30 juin 2014

Les Alpes du Léman
Valorisation du terroir et des savoir-faire en lien avec le tourisme et les loisirs

RESEAU ESPACES VALLEENS - Massif des Alpes – journée partage d'expériences Alpes du Léman / HAUT CHABLAIS - 30 juin 2014

## Les Alpes du Léman
## Valorisation du terroir et des savoir-faire en lien avec le tourisme et les loisirs

RESEAU ESPACES VALLEENS - Massif des Alpes – journée partage d'expériences Alpes du Léman / HAUT CHABLAIS - 30 juin 2014

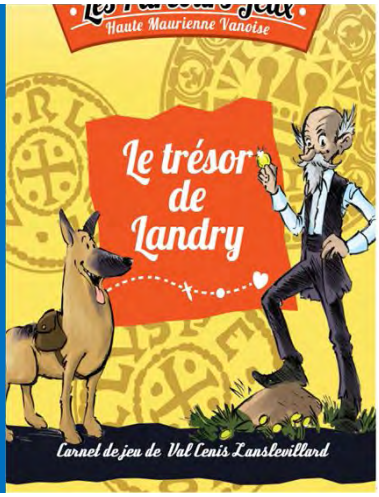
Les Alpes du Léman
Valorisation du terroir et des savoir-faire en lien avec le tourisme et les loisirs

RESEAU ESPACES VALLEENS - Massif des Alpes – journée partage d'expériences Alpes du Léman / HAUT CHABLAIS - 30 juin 2014

Les Alpes du Léman
Valorisation du terroir et des savoir-faire en lien avec le tourisme et les loisirs

RESEAU ESPACES VALLEENS - Massif des Alpes – journée partage d'expériences Alpes du Léman
HAUT CHABLAIS - 30 juin 2014

Communauté de communes Haute-Maurienne Vanoise
Parcours jeux

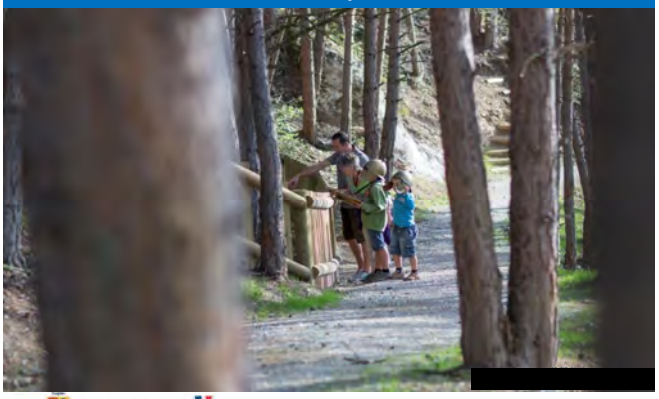



RESEAU ESPACES VALLEENS - Massif des Alpes – journée partage d'expériences Alpes du Léman
HAUT CHABLAIS - 30 juin 2014

Communauté de communes Haute-Maurienne Vanoise
Parcours jeux

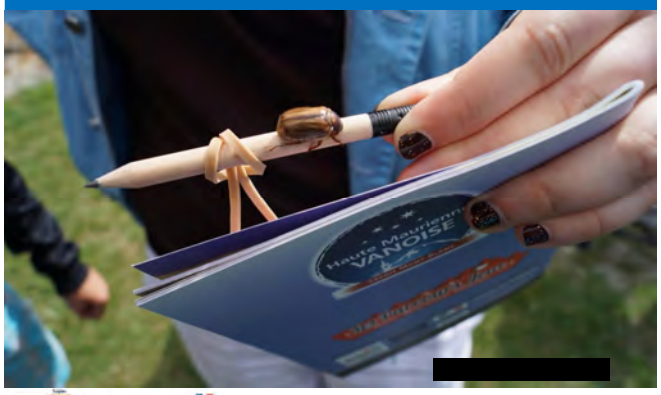
RESEAU ESPACES VALLEENS - Massif des Alpes – journée partage d'expériences
Alpes du Léman / HAUT CHABLAIS - 30 juin 2014

Communauté de communes Haute-Maurienne Vanoise
Parcours jeux



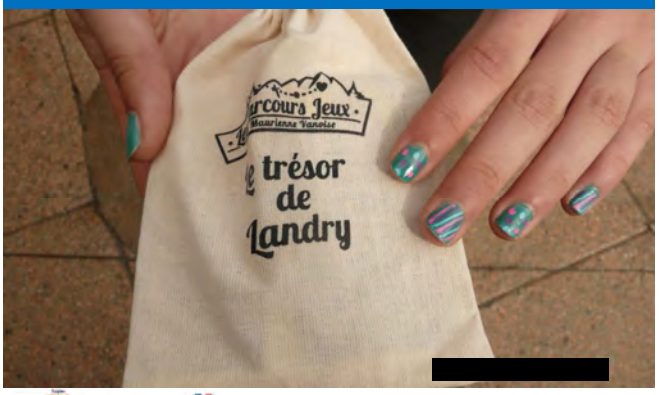
RESEAU ESPACES VALLEENS - Massif des Alpes – journée partage d'expériences
Alpes du Léman / HAUT CHABLAIS - 30 juin 2014

Communauté de communes Haute-Maurienne Vanoise
Parcours jeux



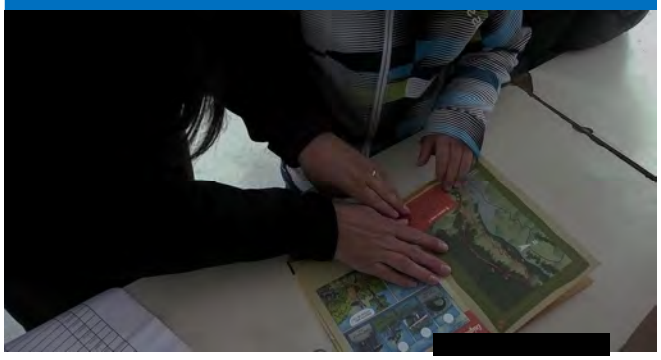

RESEAU ESPACES VALLEENS - Massif des Alpes – journée partage d'expériences
Alpes du Léman / HAUT CHABLAIS - 30 juin 2014

Communauté de communes Haute-Maurienne Vanoise
Parcours jeux




RESEAU ESPACES VALLEENS - Massif des Alpes – journée partage d'expériences
Alpes du Léman / HAUT CHABLAIS - 30 juin 2014

## Communauté de communes Haute-Maurienne Vanoise
## Parcours jeux

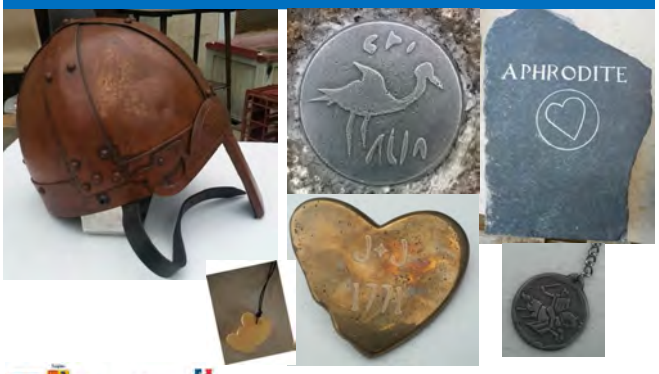




## Communauté de communes Haute-Maurienne Vanoise
## Parcours jeux

## Communauté de communes Communauté de communes Haute-Maurienne Vanoise
## Parcours jeux – les cadeaux

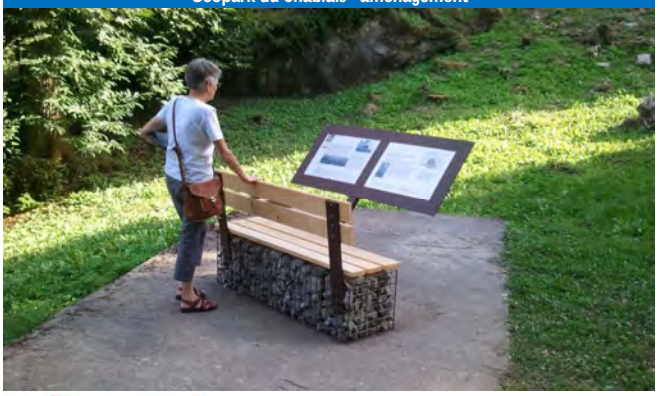
## Communauté de communes Haute-Maurienne Vanoise
## Parcours jeux – sur les traces d'Hannibal






## Syndicat Intercommunal d'Aménagement du Chablais (SIAC)
## Geopark du Chablais – un géosite

## Syndicat Intercommunal d'Aménagement du Chablais (SIAC)
## Geopark du Chablais - aménagement



## Syndicat Intercommunal d'Aménagement du Chablais (SIAC)
## Geopark du Chablais – formation

RESEAU ESPACES VALLEENS - Massif des Alpes – journée partage d'expériences
Alpes du Léman / HAUT CHABLAIS - 30 juin 2014

## Syndicat Intercommunal d'Aménagement du Chablais (SIAC)
## Geopark du Chablais – aménagement

RESEAU ESPACES VALLEENS - Massif des Alpes – journée partage d'expériences Alpes du Léman
HAUT CHABLAIS - 30 juin 2014

## Syndicat Intercommunal d'Aménagement du Chablais (SIAC)
## Geopark du Chablais - animation

RESEAU ESPACES VALLEENS - Massif des Alpes – journée partage d'expériences
Alpes du Léman / HAUT CHABLAIS - 30 juin 2014

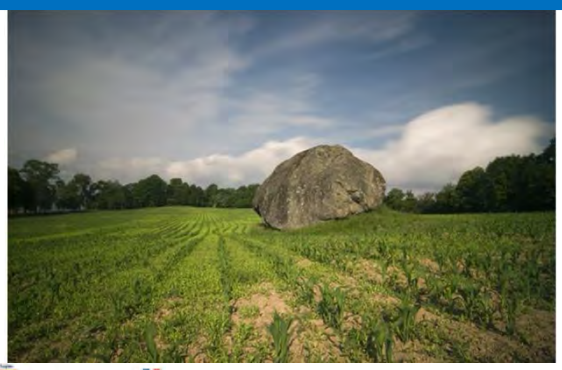
## Syndicat Intercommunal d'Aménagement du Chablais (SIAC)
## Geopark du Chablais

RESEAU ESPACES VALLEENS - Massif des Alpes – journée partage d'expériences
Alpes du Léman / HAUT CHABLAIS - 30 juin 2014

## Syndicat Intercommunal d'Aménagement du Chablais (SIAC)
## Geopark du Chablais – animation

RESEAU ESPACES VALLEENS - Massif des Alpes – journée partage d'expériences Alpes du Léman
HAUT CHABLAIS - 30 juin 2014

## Syndicat Intercommunal d'Aménagement du Chablais (SIAC)
## Geopark du Chablais – un géosite



RESEAU ESPACES VALLEENS - Massif des Alpes – journée partage d'expériences
Alpes du Léman / HAUT CHABLAIS - 30 juin 2014