



UNION EUROPÉENNE
Fonds Européen de
Développement Régional

RÉGION
SUD
PROVENCE
ALPES
CÔTE D'AZUR



l'Europe
s'engage
sur
le Massif Alpin

EN PARTENARIAT AVEC LA RÉGION AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

Evaluation d'impact de l'OS01-Pi06c « Accroître la découverte estivale du massif par la valorisation du patrimoine naturel et culturel » du Programme Opérationnel Interrégional du Massif alpin 2014-2020

Rapport final – Analyses détaillées – 16 décembre 2022

Teritéo
TERRITOIRES EN MOUVEMENT

En partenariat avec :

éthicalia 
Accompagnement local pour changement global

1. STATUT DU DOCUMENT	4
2. SYNTHÈSE DOCUMENTAIRE	5
2.1 Evaluation des projets achevés 2015-2019.....	6
2.2 Dispositif d'évaluation élargie de la démarche Espaces Valléens – Rapport de résultats	7
2.3 La démarche EVALSCOPE	9
2.4 Evaluation de mise en œuvre du POIA 2014-2020	11
2.5 Bilan des Espaces Valléens	13
2.6 Conclusions de l'analyse documentaire	15
3. BILAN GLOBAL DES REALISATIONS	16
3.1 Notice de lecture du bilan.....	16
3.2 Rappel des choix stratégiques.....	19
3.3 Niveau d'avancement de l'axe 1 du POIA	20
3.4 Avancement au regard des indicateurs de réalisation / résultat FEDER.....	21
3.5 Présentation de la nature des projets soutenus	25
3.6 Présentation des thèmes des projets soutenus	27
3.7 Présentation des typologies de projets soutenus	31
3.8 Analyse des types de porteurs de projets	38
3.9 Analyse de la répartition territoriale des projets.....	39
4. SYNTHÈSE DES ENTRETIENS	44
4.1 Synthèse des entretiens Espaces Valléens	44

4.2	Synthèse des entretiens bénéficiaires	64
5.	ETUDES DE CAS « PROJETS » 2014-2020	89
6.	ANALYSE DE L'ENQUETE EN LIGNE « ACTEURS DU TOURISME »	124
6.1	Objectifs et modalités d'enquête	124
6.2	A - Description de l'échantillon répondant.....	125
6.3	B – Le Programme Opérationnel Interrégional Massif des Alpes	135
6.4	C – Les effets de la démarche Espaces Valléens et du Programme Opérationnel Interrégional Massif des Alpes	139
6.5	D. Evolution de la situation, vision prospective et enjeux prioritaires à considérer	142
7.	BENCHMARK	151
7.1	Benchmark – Mise en cohérence de l'offre entre territoires et destinations touristiques	152
7.2	Benchmark – Mobilités vers des sites touristiques et patrimoniaux.....	157
7.3	Benchmark – La gestion des conflits d'usages dans les massifs	163
7.4	Benchmark – Notoriété, lisibilité, visibilité et transition du tourisme.....	172

1. Statut du document

Le présent document correspond au [rapport des analyses détaillées - annexé au rapport intermédiaire](#) – s’agissant des analyses détaillées réalisées dans le cadre de [l’évaluation d’impact du volet « tourisme » du Programme Opérationnel Interrégional \(POI\) Alpes 2014-2020](#), placé sous l’Autorité de gestion de la Région Sud Provence-Alpes-Côte d’Azur.

Le rapport d’analyses détaillées est décliné en [5 parties distinctes](#), en fonction des outils mobilisés tout au long de la phase d’investigations de l’évaluation par l’équipe Teritéo-Ethicalia :

- > [Retour sur les travaux d’analyse documentaire](#) - déjà présentée dans le cadre de la note de cadrage
- > [Bilan global des réalisations](#) – déjà présenté dans le cadre de la note de cadrage
- > [Synthèse des entretiens](#) auprès des référents Espaces Valléens et des bénéficiaires
- > [Etudes de cas « projets 2014-2020 »](#)
- > [Analyse de l’enquête en ligne « acteurs du tourisme »](#)
- > [Fiches « benchmark »](#), concernant des enjeux spécifiques identifiés lors de la réponse aux questions évaluatives (conflits d’usages, mobilités, cohérence de l’offre touristique, communication / promotion des initiatives de tourisme durable). **Ce chapitre complète le rapport d’analyses détaillées transmis à l’issue de la Phase 3 – Conduite de l’évaluation d’impact. Nous attirons donc votre attention en priorité sur le benchmark présenté de la page 151 à la page 179.**

2. Synthèse documentaire

Dans le cadre de l'analyse documentaire, l'équipe-projet a pris connaissance de l'ensemble des documents mis à disposition par l'Autorité de gestion du programme :

- **Rapport final et synthèse de l'évaluation de mise en œuvre** du POIA 2014-2020, réalisée par le groupement ADT-Consult et IGT-ITG en 2017
- **Rapport d'évaluation des projets achevés sur la période 2015-2019** au titre de la démarche Espaces Valléens
- **Rapport de résultats du dispositif d'évaluation élargie** de la démarche Espaces Valléens
- **Matrice finale concernant les projets achevés 2015-2019**, soutenus dans le cadre de la démarche Espaces Valléens
- **Rapport n°4195 de l'Assemblée nationale relative à l'action extérieure de l'Etat français en matière de tourisme sur l'année 2020**
- **Rapport du projet Evaloscope – Action 2 « La diversification touristique dans le Massif alpin : une lecture au prisme du dispositif « Espaces Valléens » »,** réalisé par l'IRSTEA
- **Programme Opérationnel Interrégional Alpes 2014-2020**
- **Convention interrégionale du massif des Alpes (CIMA) 2015-2020**
- **Rapport final de l'Evaluation Stratégique Environnementale du CPIER et de la CIMA 2015-2020**, réalisé par Médiaterre Conseil (2015)
- **Stratégie Montagne de la Région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur** (juin 2019)
- **Schéma interrégional du Massif des Alpes / Comité de Massif – Avril 2013**
- **Appel à candidature** pour la sélection des Espaces Valléens pour la génération 2021-2027 (2021)
- **Bilans synthétiques 2014-2020 de 3 Espaces Valléens : Briançonnais, Guillestrois et Sisteronais**
- **Rapports annuels de mise en œuvre (RAMO) du POIA** (2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020 et 2021)
- **Schéma Régional de Développement Economique, d'Innovation et d'Internationalisation (SRDEII) Auvergne-Rhône-Alpes et Région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur**
- **Rapport du Schéma Régional d'Aménagement, de Développement Durable et d'Egalité des Territoires (SRADDET) et annexes (SRCE, SRCAE, SCANT¹)** pour la Région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur
- **Exports opérations et indicateurs Synergie** des opérations de l'OS01-Pi06c du POIA 2014-2020, en date du 10 mars 2022
- **Guide des indicateurs de réalisation POIA**
- **Descriptif des systèmes de gestion et de contrôle - Période de programmation 2014-2020**
- **POIA Stratégie de communication - 4 décembre 2015**
- **Liste des Espaces valléens départements et acteurs du tourisme du Massif Alpin**
- **Diagnostic territorial stratégique de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur - Octobre 2012**, Secrétariat Général pour les Affaires Régionales PACA et Conseil régional PACA

Dans les pages suivantes, nous vous proposons un retour sur les principaux documents, à prendre en compte dans les travaux d'évaluation d'impact en identifiant **leur intérêt, la capacité pour les évaluateurs à capitaliser sur ceux-ci**, mais aussi **leurs limites et les informations qu'il s'agira de collecter plus particulièrement dans le cadre des investigations** (phase 3).

¹ Stratégie commune d'aménagement numérique du territoire (SCANT)

2.1 Evaluation des projets achevés 2015-2019

Ce premier document correspond à une remontée d'informations sur les projets soutenus auprès des correspondants des espaces valléens, en date du 30 juin 2019.

L'évaluation des projets achevés sur la période 2015-2019 apporte :

- **Des éléments intéressants pour qualifier les réalisations** (typologies, thèmes) et **décrire les résultats et impacts attendus** (ex. hausse de la fréquentation envisagée)
- Des éléments pertinents sur la gouvernance et la dynamique partenariale en lien avec le financement de l'ingénierie

Pour autant, plusieurs limites ont été identifiées :

- Le périmètre de ce travail d'analyse a été conduit sur un périmètre, qui dépasse le cadre du FEDER (**seuls 67 projets UE sur un total de 230 projets**)
- L'étude ne couvre que les **projets terminés au 30 juin 2019**
- Les **remontées d'informations apparaissent incomplètes (27 EV sur 35)**, car :
 - ✓ Le correspondant devait aller chercher l'information auprès des bénéficiaires
 - ✓ Le recul temporel était court pour être en capacité d'isoler/mesurer un impact
- **Le raccordement des 67 projets FEDER** aux projets présents dans la dernière extraction Synergie **apparaît difficile** (absence de n° de dossier, intitulé du projet non-indiqué pour 39 projets sur 67)
- **Les informations descriptives des projets** (dont résultats) sont **très partiellement renseignées** (1 ligne sur 5 environ)

Au regard de ces éléments, cette base n'est pas utilisable pour l'évaluation du POIA, mais fournit 1/ **une vision des projets à l'échelle globale** et 2/ **des typologies réutilisables pour le POIA**.

2.2 Dispositif d'évaluation élargie de la démarche Espaces Valléens – Rapport de résultats

L'élaboration d'un dispositif d'évaluation de la démarche Espaces Valléens comporte un objectif central : **disposer d'un retour multi-cibles sur le programme.**

Les données ont été collectées à partir d'un questionnaire en ligne, transmis puis diffusé par les chefs de projets Espaces Valléens.

L'enquête a été conduite du 20 juin au 31 juillet 2019.

Résultats

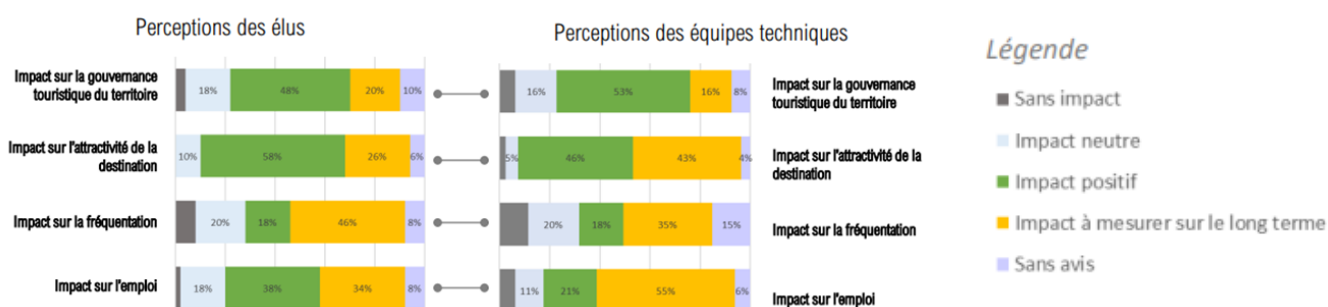
	Nombre de réponses exploitables	Part
Enquête auprès des élus	51	26%
Enquête auprès des équipes techniques	81	42%
Enquête auprès des porteurs de projet / bénéficiaires	61	32%
TOTAL	193	

4 espaces valléens n'ont comptabilisé aucune réponse (sur 35 territoires sollicités).

Les résultats de l'enquête apportent la vision des répondants sur **les contributions du programme** :

- > A la diversification de l'offre touristique ;
- > A l'élargissement de la saisonnalité de la fréquentation ;
- > A la valorisation des patrimoines naturels et culturels ;
- > Au renforcement du lien station-vallée.

Par ailleurs, cette enquête apporte des éléments pertinents sur **la perception des élus, des équipes techniques et des porteurs de projets / bénéficiaires** concernant l'effet levier et les impacts des projets.

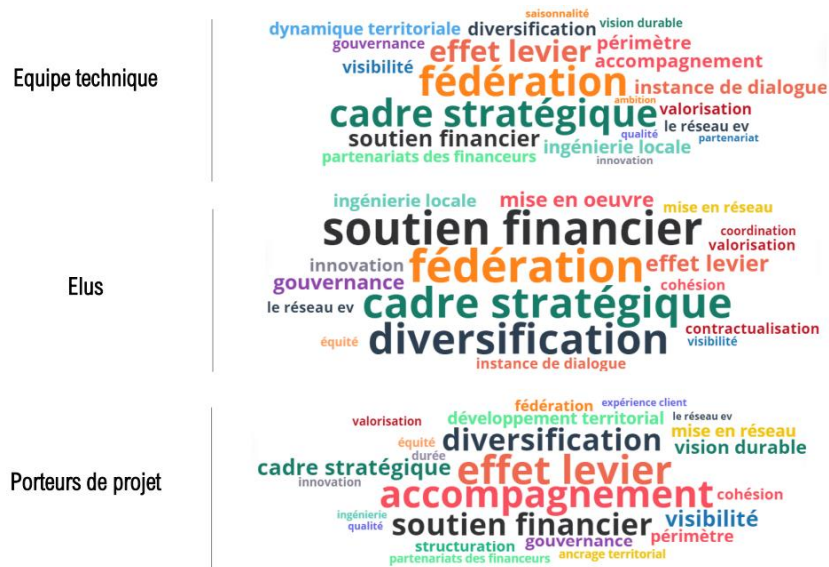


Evaluation des impacts

Cette étude met en évidence des premiers constats (cf. analyse de l'enquête) :

- **Un impact sur l'emploi et la fréquentation encore difficile à appréhender** (vision à long terme)
- **Un impact positif sur la gouvernance** : la définition d'une stratégie à l'échelle de la destination a permis de réunir les différentes parties prenantes autour d'une stratégie partagée. L'équilibre demeure cependant fragile, notamment du fait du délitement de la mobilisation des acteurs tout particulièrement des socio-professionnels au cours de la mise en œuvre.

Perceptions – Les points forts identifiés du programme



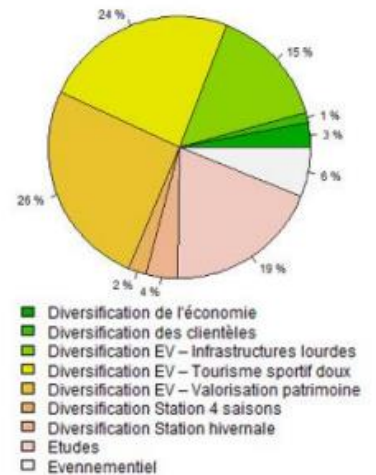
Ce graphique présente au travers de nuages de mots la perception des différents niveaux d'acteurs (équipe technique, élus, porteurs de projets) concernant les principaux points forts du programme.

2.3 La démarche EVALSCOPE

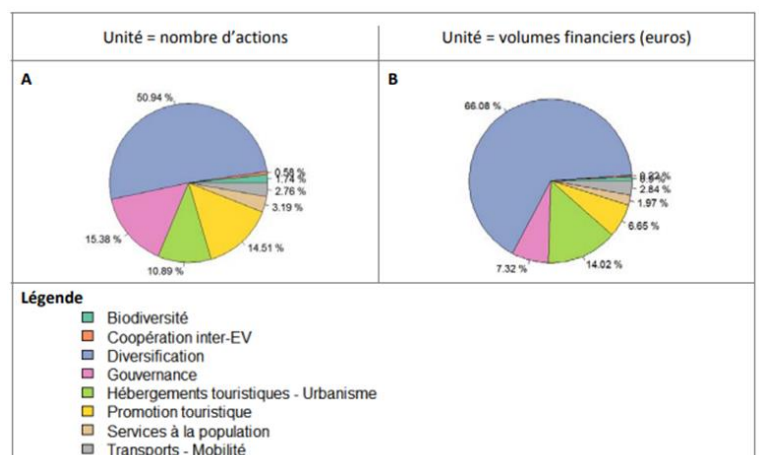
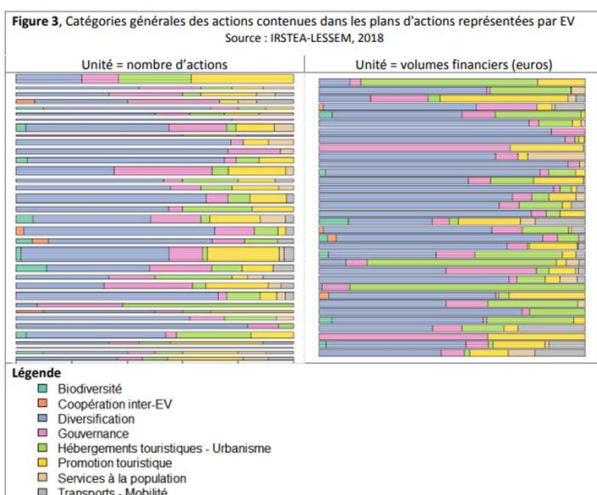
La démarche Evalscope est constituée de deux volets :

1. La production de 35 fiches d'identité EV ;
2. La conduite d'une analyse transversale inter-espaces valléens.

Cette démarche consiste notamment à **analyser les profils et les modes de diversification des espaces valléens**, avec l'analyse des thèmes en lien avec 711 actions classées « priorité 1 » des plans d'actions. **L'analyse des plans d'actions des Espaces Valléens** sur la période 2014-2020 démontre **que la diversification correspond à la majorité des actions que les EV souhaitaient déployer**. Trois catégories d'actions de diversification ont été retenues de manière prioritaire par les EV : la valorisation des patrimoines, le tourisme sportif doux et les infrastructures lourdes (musées, centres sportifs ou ludiques, ...).



Source : Evalscope, IRSTEA-DTM, 2017



Pour autant, l'analyse **des types de diversification** ne peut être réutilisée directement dans le cadre de l'évaluation pour l'analyse des types de projets programmés, sachant que **ces thèmes n'ont pas été repris dans le cadre de la matrice finale des Espaces Valléens**, mise à disposition du prestataire au format Excel. En effet, à la question « *à quel thème principal se raccroche l'opération ?* », les thèmes renseignés pour chaque projet sont :

- Découverte des patrimoines (naturel, culturel)
- Gouvernance / amélioration du pilotage de la destination
- Préservation et valorisation de la biodiversité
- Hébergement

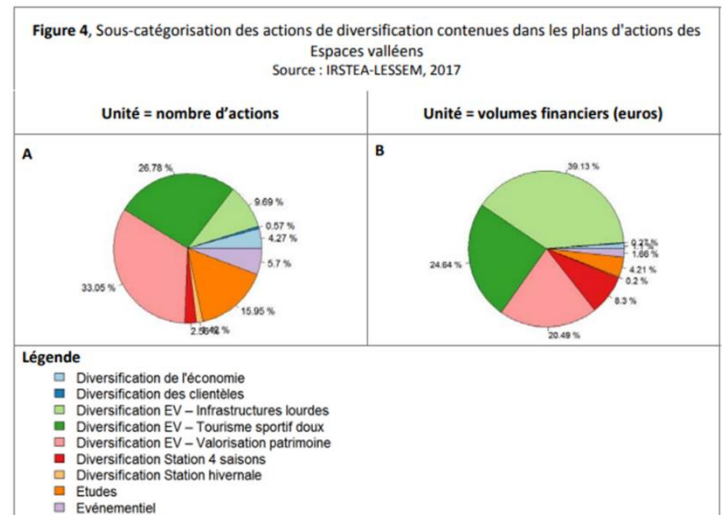
- Mobilité / transport
- Services à destination des publics (habitants ou touristes)
- Sports de pleine nature
- Tourisme scientifique

Nous retrouvons également d'autres thèmes : « tourisme : étude de fréquentation », « mise en place et déploiement d'une stratégie client », « tourisme ornithologique + formation des acteurs », etc.

Ensuite, une analyse des actions incluse dans la catégorie « diversification » est proposée.

Ceci permet d'aboutir à une vision plus fine des caractéristiques de diversification des territoires du Massif alpin. Ainsi, **9 catégories d'actions de diversification ont été identifiées** dans le cadre de la démarche Evalscope :

- Diversification de l'économie
- Diversification des clientèles
- Diversification EV – Infrastructures lourdes
- Diversification EV – Tourisme sportif doux
- Diversification EV – Valorisation patrimoine
- Diversification – Station 4 saisons
- Diversification – Station hivernale
- Etudes
- Événementiel



A la lecture des graphiques ci-dessus, on observe **« un partage de la stratégie des EV entre un investissement dans des infrastructures lourdes et des choix de diversification relevant d'une forme de tourisme plus diffus »**.

Dans le cadre des plans d'actions, **les actions de valorisation des patrimoines et le développement d'un tourisme sportif doux sont particulièrement identifiées** – représentant 60% des actions, ce qui est cohérent avec les attentes fixées par l'appel à projet EV.

Enfin, **les actions de diversification des stations hivernales représentent 16% des actions et 4% des montants envisagés**, ce qui montre le poids encore important des projets à l'échelle station par rapport aux actions déployées à l'échelle de territoires de projets (pour le développement intégré de l'ensemble d'un Espace Valléen).

2.4 Evaluation de mise en œuvre du POIA 2014-2020

L'évaluation concernée n'est pas ciblée sur l'analyse des résultats, mais plutôt sur **la mise en œuvre du programme opérationnel interrégional Alpes 2014-2020**.

Toutefois, plusieurs dimensions étudiées sont d'ores-et-déjà utiles pour l'étude d'impact, notamment **l'analyse conduite par types de bénéficiaires reprise et actualisée par Teritéo dans le cadre du bilan des réalisations** (voir plus bas) mais aussi **l'enquête de satisfaction et la réflexion portée sur l'apport des démarches collectives en interrogeant les « relais d'animation »¹** du programme.

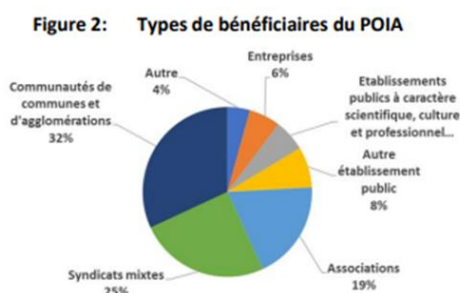
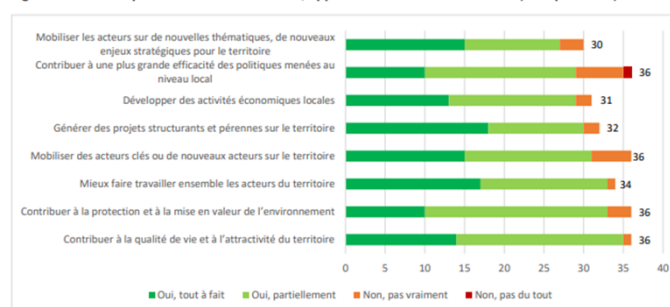


Figure 10: Enquête « relais d'animation », apport des démarches collectives (38 répondants)



S'agissant de la figure 2, les bénéficiaires publics apparaissent plus représentés, sachant que 19% des porteurs de projets sont des associations et 6% des entreprises, tandis que les communautés de communes et d'agglomération correspondent à 32% des bénéficiaires et les syndicats mixtes à 25% d'entre eux.

A l'appui de la figure 10, des premiers constats ont pu être esquissés concernant les démarches collectives et leur plus-value pour les projets soutenus par le FEDER POIA. Ces démarches favorisent « *la mise en place de nouveaux modes de gestion, d'organisation et de nouvelles stratégies* », « *la mise en place de nouveaux réseaux d'acteurs qui restent [...] relativement dépendants des financements du programme.* »

Concernant la plus-value des démarches collectives, il est nécessaire de signaler deux limites pour capitaliser pleinement sur cette information, d'une part cette enquête mérite d'être actualisée sur l'année 2022, d'autre part **elle a été réalisée au sujet de toutes les démarches collectives du POI Alpes** (Bois des Alpes, TAGIRN², Espaces Valléens), alors que **l'évaluation d'impact du POIA sera centrée ici sur**

¹ Trois démarches collectives ont été soutenues par le POIA sur la période de programmation 2014-2020 : **la démarche « Espaces Valléens », la démarche « Bois des Alpes » et la démarche « TAGIRN »**. Ces trois démarches disposent de relais d'animation (c'est-à-dire de chargés de mission référents) sur les territoires ayant vocation à structurer et animer la stratégie à l'échelle du Massif des Alpes.

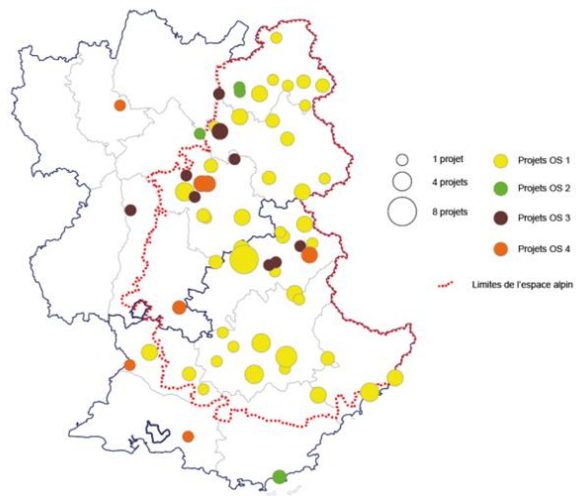
² TAGIRN : Territoires Alpains de Gestion Intégrée des Risques Naturels

la démarche **Espaces Valléens** au travers de l'OS01-Pi06c « Accroître la découverte estivale du massif par la valorisation du patrimoine naturel et culturel ».

Enfin, prendre connaissance de la précédente évaluation de mise en œuvre a permis à l'équipe Teritéo-Ethicalia d'**identifier la méthode la plus appropriée pour territorialiser les interventions**, en optant pour une approche similaire à partir de la localisation des structures bénéficiaires¹.

A échéance de la conduite des investigations de l'évaluation (janvier 2018), on observe une répartition des porteurs de projets **concentrée principalement sur 4 départements** : Haute-Savoie, Savoie, Isère et Hautes-Alpes.

Carte 1. Localisation de l'ensemble des projets POIA 2014-2020 programmés (janvier 2018)



¹ Pour autant, si cette option permet de porter un premier regard sur la répartition des soutiens alloués par le POIA, il est important de signaler que la commune de localisation du porteur n'est pas nécessairement systématiquement celle du projet, ce qui reste un biais à l'analyse cartographique qui a pu être conduite.

2.5 Bilan des Espaces Valléens

candidatures 2021-2027.

Ils apportent des éléments pertinents pour l'évaluation d'impact. En effet, **ils rendent compte à la fois des actions prévues, engagées et terminées à l'échelle du territoire concerné**, mais aussi dans certains cas **peuvent témoigner des thématiques couvertes** sur la période de programmation 2014-2020.

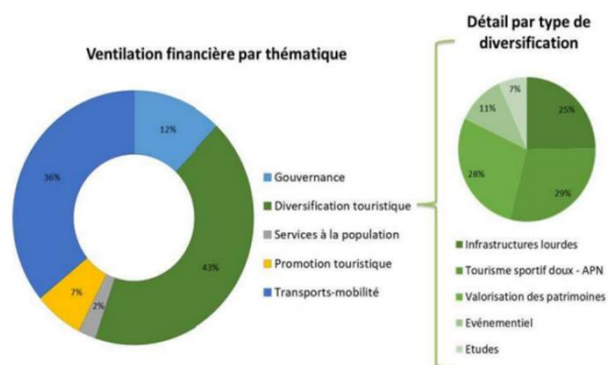
Au cours de la phase d'analyse documentaire, trois bilans des Espaces Valléens 2014-2020 ont été transmis aux prestataires Teritéo et Ethicalia : EV Briançonnais, EV Guillestrois-Queyras, EV Sisteronais. L'ensemble des données quantitatives sont objectivées, avec des commentaires qualitatifs et explicatifs rédigés par le référent Espace Valléen. Cette vision partielle pourrait être affinée au travers d'une analyse des bilans des 35 territoires EV 14-20.

Néanmoins, il apparaît difficile d'agréger l'ensemble de ces données à une échelle globale pour deux raisons principales :

1. **Les types de données valorisées ne sont pas toujours les mêmes** (nombre de projets, montants) ;
2. **La ventilation par type de diversification n'est pas présentée dans tous les bilans** (ex. EV Sisteronais-Buëch – voir page suivante).

A titre d'exemple, nous pouvons présenter l'analyse conduite par le territoire de **l'Espace Valléen Guillestrois-Queyras** au regard de sa programmation.

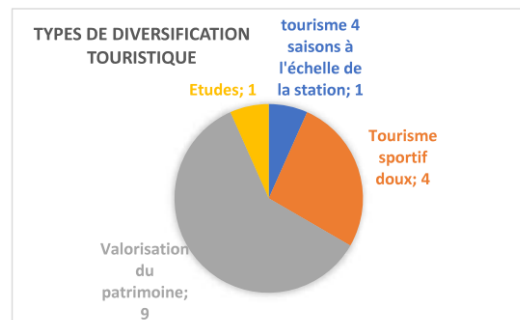
Conformément aux graphiques ci-contre, la ventilation financière permet d'identifier 5 thématiques : gouvernance, diversification touristique, services à la population, promotion touristique, transports - mobilité.



Concernant la diversification touristique, **une 1^{ère} ventilation par type de diversification est proposée** : infrastructures lourdes, tourisme sportif doux – activités de pleine nature (APN), valorisation des patrimoines, événementiel et études.

Si des exemples de projets ne sont pas cités directement dans le cadre de ce bilan synthétique, il est indiqué que 43% des montants alloués correspondent à des projets de diversification touristique sur la génération 2014-2020. Entre 2014 et 2020, l'EV du Guillestrois-Queyras a bénéficié de 2,04 M€ d'aides publiques. La stratégie s'est déclinée selon 4 axes dont le dernier a été déployé en dehors de la démarche Espace Valléen à l'appui d'autres sources de financement : axe 1 – Montagne et expériences, axe 2 – Montagne en scène, axe 3 – Montagne d'accueil, axe 4 – Montagne de biodiversité.

Concernant **l'EV Briançonnais**, 25 actions ont été achevées ou engagées, dont 15 concernant de la diversification touristique. Parmi les opérations de diversification, on retrouve 9 opérations de « valorisation du patrimoine », 4 projets « tourisme sportif doux », 1 dossier « tourisme 4 saisons à l'échelle de la station » et 1 dossier « études ».



Cet Espace Valléen a programmé 25 opérations pour un montant global de 5,4 M€, cofinancées par le POIA, l'Etat (principalement FNADT), la Région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur et le Département des Hautes-Alpes. Qualitativement, il est précisé que **de nouveaux produits de diversification touristique ont été élaborés sur les thèmes du tourisme scientifique** (mise en tourisme de la géologie), **de la valorisation du patrimoine** (Centre d'interprétation de l'Architecture et du Patrimoine, sentiers ethnobotaniques, le moulin de Sacha, la réhabilitation des fontaines historiques de Montgenèvre et de la Grave) **et le tourisme sportif doux** (réhabilitation du refuge du Pic du Mas de la Grave, reconstruction d'une passerelle sur la Clarée, ...).

Dans le cas de **l'EV Sisteronais-Buëch**, le bilan réalisé par le territoire témoigne de la nature et des objectifs poursuivis par les projets soutenus :

- **Renforcer la diversification de l'offre touristique** : Ex. création d'une via ferrata au Caire ;
- **Répondre aux nouvelles aspirations des clients** : Ex. événementiel « fête de l'agneau », intégration du thème de la biodiversité avec le projet Bouquetin ;
- **Préserver l'identité des communes en réhabilitation le patrimoine** : Ex. Réhabilitation du Château de Mison ;
- **Accélérer la structuration de la destination** avec l'office de tourisme Sisteronais-Buëch et la réalisation de films promotionnels ;
- **Maintenir l'attractivité de sites touristiques emblématiques** : Ex. Citadelle de Sisteron – restauration du théâtre et du pont levis.

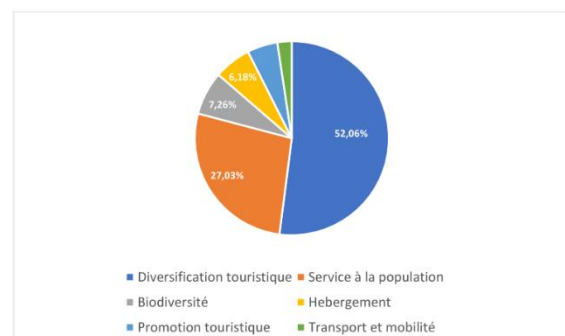


Figure 5 - Ventilation thématique des projets inscrits dans l'Espace Valléen Terres de Provence, Terres de Rencontres 2017/2020

2.6 Conclusions de l'analyse documentaire

En synthèse, la plupart des documents disponibles apportent des éléments pertinents et utiles pour l'évaluation d'impact : bilan des espaces valléens, matrice visant à « évaluer » les projets achevés entre 2015 et 2019, démarche Evalscope, évaluation qualitative élargie de la démarche Espaces Valléens, évaluation de mise en œuvre du POIA, ...

En outre, les typologies mobilisées ont pu être pour partie reprises, puis améliorées en adaptant cette typologie et en l'affinant au regard des projets cofinancés par le POIA.

Néanmoins, ces éléments restent le plus souvent :

- Trop ponctuels ou localisés au regard des besoins d'une évaluation d'impact (bilan des espaces valléens, démarche Evalscope, ...)
- Etablis sur des données prévisionnelles et non réalisées (Evalscope, évaluation de mise en œuvre)
- A l'échelle des Espaces Valléens et pas toujours compilables à l'échelle globale (bilan des Espaces Valléens)
- Partielles, incomplètes ou à actualiser (matrice projets de 2019, évaluation de mise en œuvre)

Par ailleurs, cette analyse documentaire apporte peu d'éléments s'agissant des effets du financement de l'ingénierie, qui représente pourtant plus de 50% des projets FEDER sur la génération 2014-2020.

Au global, ces données/informations pourront apporter des éclairages ponctuels mais devront être actualisées et complétées dans le cadre des investigations de la phase 3 : entretiens institutionnels, entretiens bénéficiaires, études de cas « projets », enquête en ligne professionnels du tourisme notamment.

Plus précisément, il nous apparaît prioritaire de rechercher à recueillir des éléments permettant de :

- > **Qualifier les réalisations**, via un recodage par types de dépenses et des thématiques (cf. bilan des réalisations -  **Chapitre 2**) ;
- > **Quantifier les résultats des projets**, dans le cadre de l'enquête téléphonique « exhaustive » menée auprès de 33 Espaces Valléens 2014-2020 ;
- > **Mesurer les effets de l'aide au financement d'un poste animation / ingénierie sur le développement touristique des Espaces Valléens** au travers de l'enquête en ligne, qui sera diligentée auprès des acteurs du tourisme (offices de tourisme, CDT/CRT, services, commerces, restaurateurs, hôteliers, ...).

3. Bilan global des réalisations

3.1 Notice de lecture du bilan

Le présent bilan de la programmation est, conformément au ciblage de l'évaluation d'impact afférente, centré sur **l'axe 1 « Protéger et valoriser les ressources alpines pour un développement durable des territoires de Montagne »**, et plus particulièrement **l'OS1 « Accroître la découverte estivale du massif par la valorisation du patrimoine naturel et culturel »** correspondant à **la priorité d'investissement 6c « Conserver, protéger, favoriser et développer le patrimoine naturel et culturel »**.

Les différents chapitres du bilan sont articulés en 4 temps :

- Le rappel des choix stratégiques, à partir de la lecture de la stratégie du POIA 2014-2020 ;
- La présentation de l'état d'avancement de l'axe 1 (maquette, programmation, nombre de dossiers programmés, certification, montants moyens, ...),
- L'analyse des typologies de projets (nature des opérations, thématiques couvertes) et des types de porteurs de projet et une analyse territoriale des projets programmés
- L'avancement au regard des indicateurs de réalisation et de résultats du programme, ainsi que de l'indicateur financier (dépenses certifiées CT) de l'axe 1 du POIA 2014-2020.

Concernant les données, les sources suivantes ont été mobilisées :

- Les analyses à l'échelle de la priorité d'investissement 6c (programmation, certification) et des typologies s'appuient sur **les données de programmation au 10/03/2022** ;
- L'analyse de l'indicateur financier de l'axe 1 porte également sur **les données de programmation au 10/03/2022** ;
- Les analyses des indicateurs de réalisation et de résultat s'appuient sur **les données du RAMO 2021 (données arrêtées en date du 31/12/2021)**.

ZOOM SUR LA MÉTHODE UTILISÉE POUR ABOUTIR À LA TYPOLOGIE AFFINÉE DES PROJETS « POIA »

Concernant les typologies, un travail d'analyse approfondie et de recodage fin des projets UE programmés a été réalisé afin d'identifier les types de projets présentant des similarités et de les rapprocher.

Dans une logique de continuité et de cohérence, nous sommes dans un 1^{er} temps **reparti des deux typologies mobilisées dans le rapport « Démarche Espaces Valléens - Evaluation des projets achevés 2015-2019 », septembre 2019 :**

Typologie n°1 - TYPE DE L'OPERATION

Cette 1^{ère} typologie classe les projets **selon la nature de l'action**.

1. Etude
2. Événementiels
3. Animation / Ingénierie
4. Marketing / Communication / Digital
5. Equipement
6. Travaux d'infrastructure et d'aménagement

Nous l'avons très légèrement ajustée en ajoutant « Digital » à l'item n°4.

Typologie n°2 - THEME DE L'OPERATION

Cette dernière proposait 13 thématiques, dont 8 sont ressorties pour les projets aidés par le FEDER :

- ✓ Gouvernance/amélioration du pilotage de la destination
- ✓ Découverte des patrimoines
- ✓ Sport de pleine nature
- ✓ Visibilité et promotion de l'offre
- ✓ Préservation et valorisation de la biodiversité
- ✓ Itinérance
- ✓ Mobilité/transport
- ✓ Hébergement

Les types : service à destination des publics, tourisme d'affaires, formation/professionnalisation, urbanisme et tourisme scientifique n'ont présenté aucune occurrence parmi les 171 projets analysés.

Là aussi, une légère modification a été réalisée dans la typologie d'origine, en ajoutant l'item :

- ✓ Réhabilitation et mise en tourisme de sites emblématiques ;
- ✓ En complément l'item « **Visibilité et promotion de l'offre** »

Typologie n°3 – TYPOLOGIE DE PROJETS

L'analyse détaillée des 171 projets soutenus par le FEDER et le croisement de ces deux premières typologies nous a permis de créer une 3^{ème} typologie, permettant de donner à voir précisément le type de réalisation dominante de chaque projet.

Cette typologie en 17 items est établie en déclinaison des 9 thèmes de la typologie n°2.

Thème de l'opération	Typologie finale
Gouvernance / amélioration du pilotage de la destination	Ingénierie et animation des espaces valléens
Découverte des patrimoines (naturel, culturel)	Offre de découverte patrimoniale en promenade
	Lieux dédiés à la découverte des patrimoines
	Outils numériques de découverte des patrimoines
Réhabilitation et / ou mise en tourisme de sites emblématiques	Sites naturels et paysagers emblématiques
	Sites historiques et patrimoniaux emblématiques
Mise en visibilité et promotion de l'offre	Promotion touristique commune et harmonisée
	Création de lieux de promotion touristique
	Outils numériques de promotion touristique
	Marques et labels de territoires et produits
Développement d'une offre sportive, de pleine nature	Sites de sports / loisirs de pleine nature
	Itinéraires de randonnée sportive
	Projet global d'activités / itinéraires de sport de pleine nature
Développement des itinérances	Grandes itinérances
Préservation et valorisation de la biodiversité	Maîtrise de la fréquentation des espaces naturels
Mobilité / transport	Liaison de mobilité douce et patrimoniale
Hébergement	Création de refuges

3.2 Rappel des choix stratégiques

Au travers des fonds FEDER dans le cadre du POIA, les ex-régions PACA et Rhône- Alpes ont fait le choix de centrer leur intervention relative à la préservation et à la valorisation des ressources et patrimoines alpins.

L'axe 1 vise à :

- Un renforcement de l'attractivité du patrimoine naturel et culturel alpin : par l'accroissement de la fréquentation des sites et infrastructures de découverte de la montagne, en dehors de la période de fréquentation hivernale.
- Une protection accrue de la biodiversité alpine.

Au titre de l'axe 1 « **Protéger et valoriser les ressources alpines pour un développement durable des territoires de Montagne** », deux priorités d'investissement (Pi) ont été activées, avec une déclinaison en deux objectifs spécifiques distincts :

- > Un objectif spécifique relatif à la **valorisation des patrimoines** : OS01-Pi06c « Accroître la découverte estivale du massif par la valorisation du patrimoine naturel et culturel » doté d'une enveloppe de 18 M€ FEDER ;
- > Un objectif spécifique visant à soutenir **la protection de la biodiversité** : OS02-Pi06d « Protéger la biodiversité et les continuités écologiques alpines », avec une maquette de 4 M€ de crédits FEDER.

3.3 Niveau d'avancement de l'axe 1 du POIA

3.3 a - Zoom sur l'état d'avancement global

AXE 1 : PROTÉGER ET VALORISER LES RESSOURCES ALPINES POUR UN DÉVELOPPEMENT DURABLE DES TERRITOIRES DE MONTAGNE

OS01 - Pi06c Accroître la découverte estivale du massif par la valorisation du patrimoine naturel et culturel

MAQUETTE			PROGRAMMATION				CERTIFIE	PAIEMENT	PROJETS		
UE	Coût Total	Taux UE Réel	UE	Coût Total	Taux Prog	Taux UE Réel	CT	UE payé retenu AG	Nombre de projets	Nombre de projets avec 1er paiement	Montant moyen
18 120 881 €	36 241 762€	50%	18 352 379,67 €	45 743 256,02 €	101%	40%	18 421 167,34 €	6 371 662,67 €	171	171	107 323,86 €

A l'échelle de l'axe 1 OS 1, **101% des crédits européens** ont été programmés (maquette initiale de 18 M€ FEDER), avec la programmation de **171 dossiers**. Ces dossiers se caractérisent par **un coût UE moyen de 107 K€**.

3.3 b - PI 6c - Conserver, protéger, favoriser et développer le patrimoine naturel et culturel

La priorité d'investissement 6c est constituée de deux objectifs spécifiques : OS 1 - Accroître la découverte estivale du massif par la valorisation du patrimoine naturel et culturel et OS 2 - Protéger la biodiversité et les continuités écologiques alpines.

Au 31/12/2021, **171 dossiers ont été programmés** concernant l'OS1.

A ce stade de la programmation, **100% de la maquette UE a été consommée**.

Le **taux d'intervention réel FEDER s'élève à près de 40%** et le **taux de certification à 51%**, soit environ 18,4 M€ de dépenses certifiées.

POIA	Nb projets	Programmation UE		Taux d'intervention UE	Certification	
		€	% prog	Réel	€	%
OS01 - Pi06c	171	18 352 379,67 €	100%	40%	18 421 167 €	51%

3.4 Avancement au regard des indicateurs de réalisation / résultat FEDER

Indicateurs de réalisation						
IR1.REA - Nombre de plans d'actions territoriaux annuels soutenus	Unité	Cadre de performance	Cibles		Situation au 31/12/2021	
			2018	2023	Prévisionnel	Réalisé
POIA	Nb de plan d'action	Oui	55	173	/	130
IR2.REA - Nombre d'infrastructures de mise en valeur patrimoniale soutenue	Unité	Cadre de performance	Cibles		Situation au 31/12/2021	
			2018	2023	Prévisionnel	Réalisé
POIA	Nb d'infrastructure	Oui	30	305	/	73,50
IR3.REA- Nombre de campagnes de promotion interrégionale d'un produit de valorisation du patrimoine naturel et culturel	Unité	Cadre de performance	Cibles		Situation au 31/12/2021	
			2018	2023	Prévisionnel	Réalisé
POIA	Nb de campagne de promotion interrégionale	Non	/	32	/	13

Trois indicateurs de réalisation (IR1.REA, IR2.REA, IR3.REA) ont été prévus par le PO au titre de la Pi06c. **Les indicateurs 1 et 2 font partie du cadre de performance.**

Les données observées sur les trois indicateurs de réalisation témoignent de dynamiques hétérogènes :

- ✓ Concernant l'indicateur de réalisation *IR1.REA « Nombre de plans d'actions territoriaux annuels soutenus »*, la valeur réalisée de l'indicateur atteste que **130 plans d'actions territoriaux ont bénéficié d'un soutien**, permettant de **dépasser largement la valeur intermédiaire 2018 (236%)**, ce qui traduit une dynamique avérée de la programmation pour l'élaboration de plans d'actions. Par rapport à la valeur cible 2023, **la valeur réalisée (au 31/12/2021) atteint 75% de la valeur cible**, traduisant une dynamique positive d'une part, et d'autre part, une pertinence de l'estimation initiale de la valeur cible. La réalisation de l'objectif dépendra d'ici à la clôture du programme du potentiel de contribution des dossiers programmés, mais non-soldés faisant état d'une contribution à l'IR1.REA en prévisionnel (dont nous n'avons pas connaissance à date de réalisation de la présente évaluation) ;
- ✓ Concernant l'indicateur de réalisation *IR2.REA « Nombre d'infrastructures de mise en valeur patrimoniale soutenues »*, la valeur cible 2023 a été surestimée. Si la valeur intermédiaire 2018 (30 infrastructures) est d'ores-et-déjà atteinte, **la valeur réalisée (73,50) représente 24% de la valeur cible finale**. L'atteinte de la cible est en cours d'étude au sein de l'Autorité de gestion (SCPR, SDTI) au moment de la rédaction du rapport d'évaluation. A noter que la crise sanitaire du COVID 19 a eu pour conséquence la déprogrammation de nombreuses opérations sélectionnées. De plus, la grande diversité de projets amène un nombre de réalisations différent d'un type de projet à l'autre. Une vigilance devra être apportée sur cet indicateur, le potentiel en prévisionnel étant insuffisant pour escompter une atteinte de la cible finale. Pour autant, il est important de signaler concernant la valeur réalisée que l'indicateur est valorisé en fin de travaux, ce qui explique une partie de ce retard sachant qu'il est nécessaire d'attendre la clôture des opérations pour comptabiliser la valeur au moment des CSF. D'après l'analyse, trois types de projets apportent une contribution significative à cet indicateur de réalisation : la réhabilitation de sites emblématiques (patrimoniaux ou naturels / paysagers), les sites de sports / loisirs de pleine nature et les lieux dédiés à la découverte des patrimoines du Massif alpin ;
- ✓ Enfin, concernant l'indicateur de réalisation *IR3.REA « Nombre de campagnes de promotion interrégionale d'un produit de valorisation du patrimoine naturel et culturel »*, la valeur réalisée de l'indicateur indique que 13 campagnes de promotion ont bénéficié d'un soutien et **couvre 41% de la valeur cible 2023**, traduisant d'une dynamique encourageante, mais qui reste encore insuffisante à ce stade pour atteindre les objectifs fixés.

ZOOM SUR LES INDICATEURS DE RESULTATS

Indicateur de résultat								
I1 - Nombre de nuitées touristiques estivales	Unité	Valeur de référence	Valeur cible	Données				
		2012	2023	2017	2018	2019	2020	2021
POIA	Nb de nuitées touristiques estivales	50 798 000	53 340 000	15 756 283	14 993 004	15 888 310	2 549 959	15 368 540

*Données actualisées RAMO

Le choix de l'indicateur de résultat « *I1 – Nombre de nuitées touristiques estivales* » témoigne de l'ambition des partenaires de la politique de Massif de dynamiser la fréquentation estivale marchande en hôtellerie au travers d'une logique d'intervention indirecte du POIA 2014-2020.

Cet indicateur de contexte sur l'évolution de la fréquentation touristique du Massif a pu être [actualisé dans le cadre des RAMO](#) au cours des dernières années.

L'année 2019 atteste de 15 888 310 nuitées touristiques estivales à l'échelle du Massif. Cette donnée apparaît cohérente au regard des données des années antérieures 2017 et 2018. En 2020, la valeur renseignée apparaît en forte baisse (2 549 959 nuitées touristiques estivales). En pratique, l'INSEE a pu mener son enquête uniquement sur la période de juillet à octobre 2020 et seulement auprès des hôtels, du fait des mesures gouvernementales liées à la crise sanitaire du Covid-19. En 2021, on observe un retour au niveau de fréquentation de 2019, avec un total de 15 368 540 nuitées – soit une valeur légèrement inférieure à l'année 2019 (- 500.000 nuitées) mais supérieure à l'année 2018 s'agissant des nuitées touristiques estivales.

Par ailleurs, les données actualisées semblent indiquer que la valeur de référence n'a pas été déterminée en 2012 selon la même base de calcul et pose donc question par rapport à son calibrage initial. En effet, **la valeur de référence** (50 798 000 nuitées touristiques, établie sur la base de données collectées en 2012) **est plus de trois fois supérieure à la valeur actualisée en 2021** (15 368 540 nuitées touristiques estivales).

En l'état actuel des données disponibles, la valeur cible 2023 ne pourra donc être atteinte. En synthèse, les données à disposition de l'évaluateur appellent principalement deux constats à ce stade :

- **Une évolution significative du nombre de nuitées touristiques en période estivale dans le Massif des Alpes entre les années 2018 et 2019**, avec une progression de +6% d'une saison estivale sur l'autre (14 993 004 nuitées en 2018, 15 888 310 nuitées en 2019) **et confirmée en 2021** dans le contexte post-crise du Covid-19 (15 368 540 nuitées estivales) ;
- **Un changement de méthodologie de calcul** (passage d'une méthode régionale CRT pour établir la valeur de référence en 2012 à une méthode INSEE à partir de 2017), qui aboutit à **une incapacité de réalisation de l'objectif fixé à échéance 2023**.

Initialement, la valeur de référence était basée sur la méthode des flux, c'est-à-dire une extrapolation du nombre de nuitées au travers du recensement des mouvements de personnes et de véhicules entrant et sortant d'un espace touristique étudié, en s'appuyant sur les données fournies par les Comités Régionaux du Tourisme (CRT PACA et Rhône-Alpes).

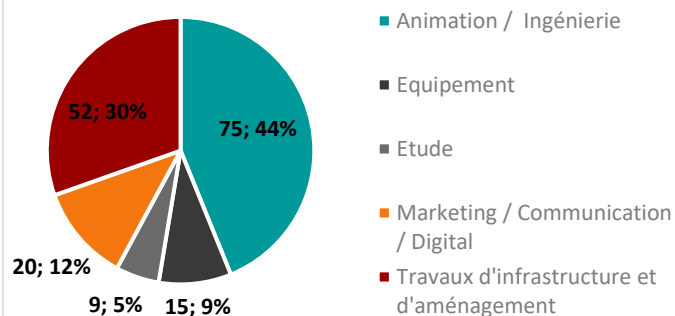
A partir de 2017, une nouvelle approche méthodologique est établie à l'appui de données INSEE, devant être prises en compte pour le RAMO 2017 et qui devait faire l'objet d'une révision du POIA en 2018.

Ainsi, la valeur de référence initiale en 2012 issue des CRT était de 50 798 000 nuitées touristiques, avec un objectif d'augmentation de 5% en 2023 amenant à une valeur cible de 53 340 000 nuitées. Mais, la valeur de référence calculée ensuite par l'INSEE (méthode plus précise mais qui exclut le secteur non marchand) pour 2012 aboutissait à 21 509 991 nuitées, actualisée à 20 768 771 nuitées en 2016, ce qui paraît plus cohérent avec les données annuelles recueillies durant la programmation selon cette même méthode/source. La révision de la valeur de référence n'ayant pas été opérée en 2018, la valeur de référence et la valeur cible issues de l'ancienne méthode de calcul des CRT « cohabitent » avec des données annuelles issues de la nouvelle méthode de calcul issue de l'INSEE, ce qui nuit à la bonne compréhension et la pertinence des valeurs annuelles au regard des valeurs de référence et de la cible finale 2023.

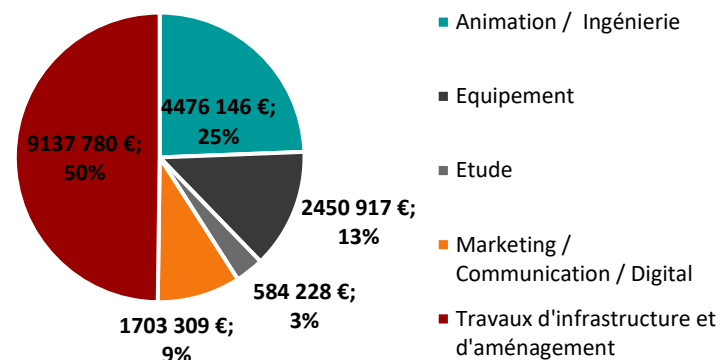
3.5 Présentation de la nature des projets soutenus

61% DE PROJETS D'INGENIERIE, MARKETING ET ETUDES, 50% DES MONTANTS DEDIES AUX TRAVAUX D'AMENAGEMENT

Répartition des projets programmés par type de projet



Répartition des montants programmés par type de projet



Pi06c - OS1 -Accroître la découverte estivale du massif par la valorisation du patrimoine naturel et culturel	Nb projets	Coût Total (CT)	CT moyen	Montant total UE	Montant moyen UE	Taux d'intervention FEDER
Animation/ Ingénierie	75	10 717 210,09 €	142 896,13 €	4 476 145,56 €	59 681,94 €	42%
Equipement	15	7 550 614,67 €	503 374,31 €	2 450 916,50 €	163 394,43 €	32%
Etude	9	1 272 693,85 €	141 410,43 €	584 228,37 €	64 914,26 €	46%
Marketing / Communication / Digital	20	3 672 040,69 €	183 602,03 €	1 703 309,33 €	85 165,47 €	46%
Travaux d'infrastructure et d'aménagement	52	22 530 696,72 €	433 282,63 €	9 137 779,91 €	175 726,54 €	41%
Total général	171	45 743 256,02 €	267 504,42 €	18 352 379,67 €	107 323,86 €	40%

L'analyse de la nature des projets programmés indique que 44% de projets **d'animation et / ou d'ingénierie** ont été soutenus (75 projets), notamment relatifs à l'animation des espaces valléens, soit **pour 24% des montants programmés**, ce qui s'explique par la nature de ce type de dépenses.

A contrario, les projets de travaux **d'infrastructure et d'aménagement**, représente près de **50%** des montants programmés et **30%** des projets programmés, avec un montant moyen en cout total proche de **450 K€**. De même pour les projets liés **aux équipements**, avec 9% des projets programmés, mais 13% des montants, avec un montant moyen de 500 K€.

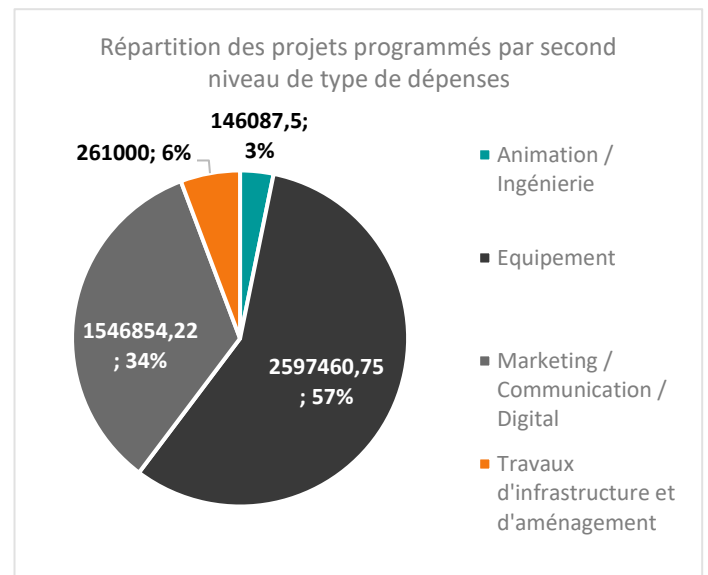
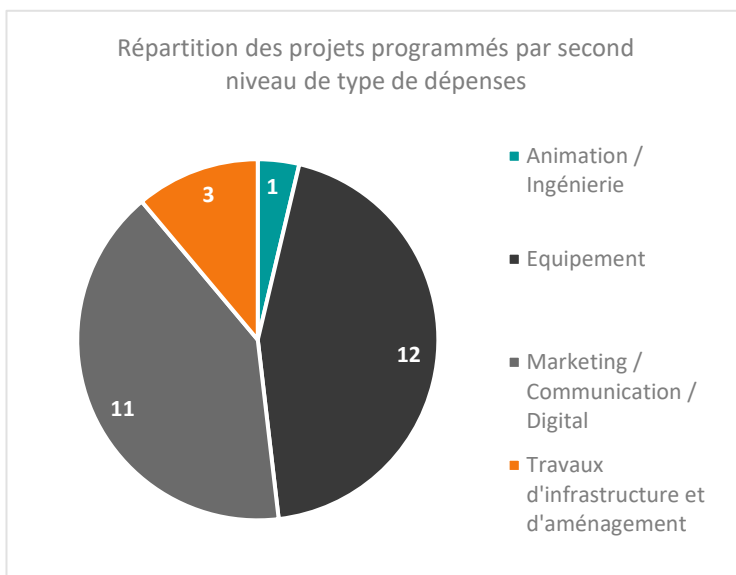
12% des projets concernent des opérations de marketing/communication/digital pour **9%** des montants UE. Le taux d'intervention du FEDER **est le plus élevé sur ce type d'opération** : le FEDER couvrant **46%** du total.

Enfin, **5% d'études** ont été subventionnées soit 9 projets, **3%** du montant total programmé, avec un coût moyen peu élevé.

27 PROJETS INTÉGRANT DEUX NATURES DE DÉPENSES DIFFÉRENTES

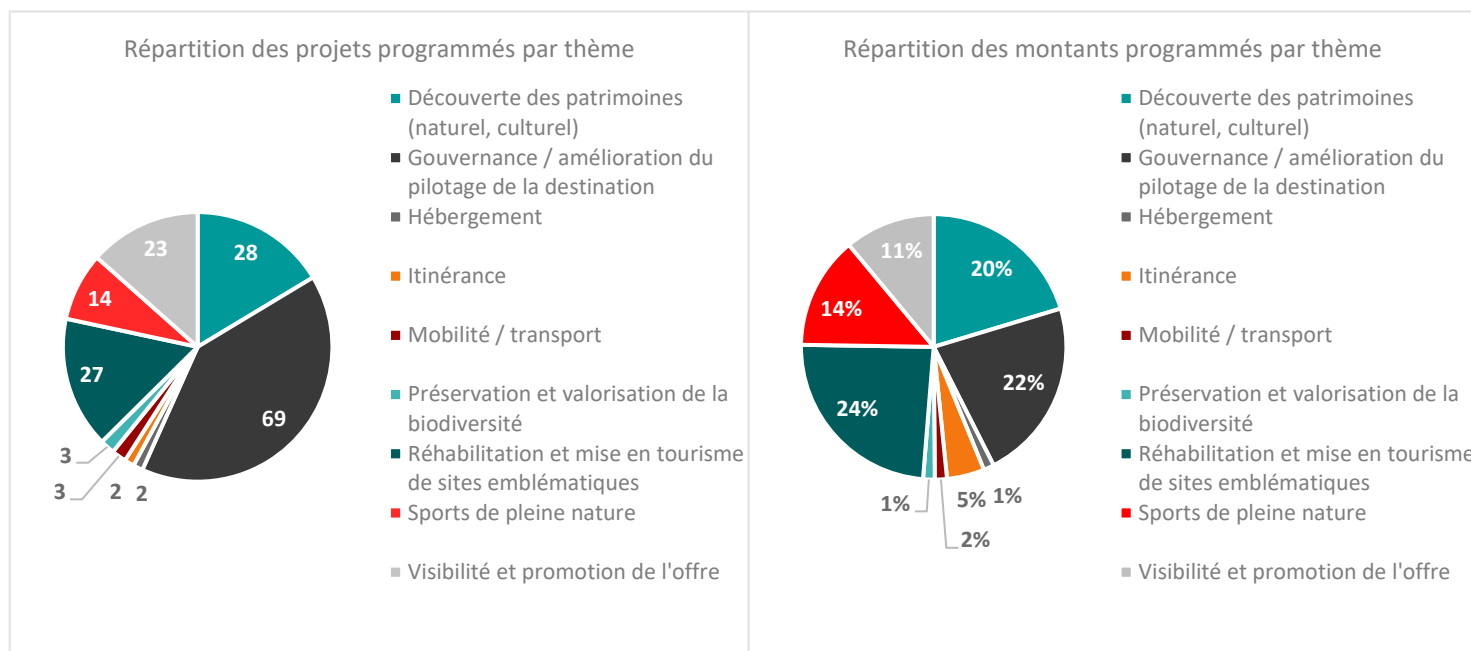
Afin de donner à voir le plus finement possible les caractéristiques des projets, nous avons, dès lors qu'un projet contenait plusieurs types de dépenses, opéré un double recodage.

Concernant les **27 projets** ayant une double typicité, l'analyse indique que ces derniers émergent, en priorité, en nombre et en montant programmé, sur des types de dépenses **d'équipements** et de **marketing / communication / digital**.



3.6 Présentation des thèmes des projets soutenus

4 THEMATIQUES SE DISTINGUENT: GOUVERNANCE ET PILOTAGE, DECOUVERTE DES PATRIMOINES, REHABILITATION DE SITES EMBLEMATIQUES ET VISIBILITE ET PROMOTION DE L'OFFRE



La programmation porte principalement sur des projets liés à :

-la **gouvernance /amélioration du pilotage** de la destination. **69 projets (40 % du total)**, représentant un **coût total de 9,4 M€ (21%)** et **3,9 M€ FEDER (20%)**, ont été programmés. Il s'agit de principalement de projets correspondants au financement des postes de responsable d'Espaces Valléen au titre de « *l'ingénierie et l'animation des espaces valléens* ». En moyenne par projet, le coût total et le montant UE moyen programmés sont les plus faibles de l'OS, respectivement : **136 K€** et **56 K€**.

-**28 projets** relèvent de la thématique « **découverte des patrimoines** » (naturels, culturels), il s'agit de projets contribuant au développement d'une « *offre de découverte patrimoniale en promenade* », de « *lieux dédiés à la découverte des patrimoines* » et d'« *outils numériques de découverte des patrimoines* », avec un coût total de **10,5 M€ (23 %)** et **4,45 M € FEDER** programmés (24%). Avec un coût total moyen de **376 K€** et un montant UE programmé moyen de **135 K€** et un **taux d'intervention de 36 %** ;

- la thématique « **Réhabilitation et / ou mise en tourisme de sites emblématiques** » représente un **poids similaire dans la programmation** avec **27 projets programmés**, des projets concernant des « *Sites naturels et paysagers emblématiques* » ou des « *Sites historiques et patrimoniaux emblématiques* », pour un montant total de **11,7 M€** et une programmation s'élevant à **4,45 M€** de FEDER, **soit un taux d'intervention de près de 38 %**.

-En quatrième position, en termes de projets programmés, la thématique « **Mise en visibilité et promotion de l'offre** » (« *Promotion touristique commune et harmonisée* », « *Création de lieux de promotion touristique* », « *Outils numériques de promotion touristique* », « *Marques et labels de territoire et produits* ») présente des projets de plus petite ampleur : **23 projets** programmés pour un total de **5 M€**, soit un coût moyen de **220 K€**, **2,05 M €** de FEDER ont été programmés, soit un taux d'intervention de **40%** ;

-**14 projets liés au développement d'une offre sportive de pleine nature ont été programmés**, représentant un coût total de **4,95 M€** et **2,55 M€ FEDER**. 3 types de projets ont été programmés : « *Sites de sports / loisirs de pleine nature* », « *Itinéraires de randonnée sportive* », « *Projet global d'activités / itinéraires de sport de pleine nature* ». **Le taux d'intervention du FEDER est le plus élevé sur cette thématique** : le FEDER couvre près de 51 % du coût global ;

-Le thème « **Grande itinérances** » présente le **coût moyen le plus élevé (848 K€)**, au total, **2 dossiers** ont été programmés, ce qui représente presque **1,7 M€ de coût total et 423 K€ de FEDER**, soit un taux d'intervention de près de **50%**, soit **+ 10%** de la moyenne du programme.

Enfin trois typologies d'actions ont été ciblées par la programmation à la marge :

- **Maîtrise de la fréquentation des espaces naturels** (3 projets) avec un coût total moyen à hauteur de **199 K€** et un coût UE moyen de **87,7 K€**, soit un taux d'intervention de **44%** ;
- **Liaison de mobilité douce et patrimoniale** (3 projets), avec un coût total moyen de **324 K€** et un montant FEDER moyen de **91,6 K€**, soit un taux d'intervention de **28%**, ce qui constitue **le taux d'intervention le plus faible de l'OS 1 parmi les typologies d'actions mobilisées** ;
- **Création de refuges** (2 projets), pour un coût total moyen à hauteur de **416 K€** et de **120 K€** concernant le montant FEDER moyen, ce qui représente un **taux d'intervention UE de 29%**.

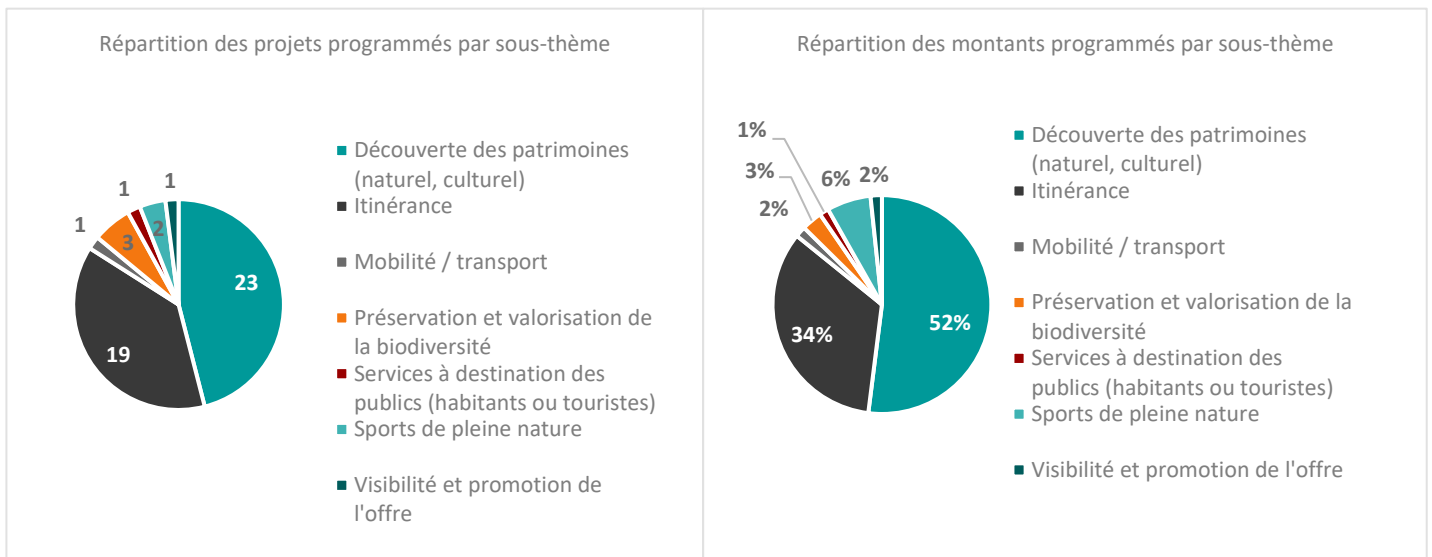
50 PROJETS INTÉGRANT DEUX THÈMES DIFFÉRENTS

50 projets ont été affectés à un thème secondaire, avec par ordre d'occurrence :

- Découverte des patrimoines (naturel, culturel) : 23 projets et **3,8 M€ de FEDER**
- Itinérance : 19 projets et **2,5 M€ de FEDER**
- Préservation et valorisation de la biodiversité : 3 projets et **223 K€ de FEDER**
- Sports de pleine nature : 2 projets et **475 K€ de FEDER**
- Services à destination des publics (habitants ou touristes) : 1 projet et **100 K€ de FEDER**
- Mobilité / transport : 1 projet et **115 K€ de FEDER**
- Visibilité et promotion de l'offre : 1 projet et **122 K€ de FEDER**

Le constat est que les projets de réhabilitation de sites emblématiques notamment, intègrent souvent une dimension de découverte du patrimoine. Concernant l'itinérance, le nombre important de projets de

découverte des patrimoines en promenade intégrant donc un volet cheminement, itinéraire de randonnée est le principal facteur explicatif.



DES TAUX DE RÉALISATION TRÈS HÉTÉROGÈNES SELON LE TYPE DE PROJETS

Pour rappel, le taux de réalisation correspond à la part que représente le montant certifié dans le coût total.

A noter que cet OS 1 bénéficie d'un taux de réalisation de 40,27% avec une hétérogénéité entre les typologies d'actions : variant de 2,02% pour les projets émergeant aux « itinéraires de randonnée sportive », à 79,72% pour les actions d'« outils numériques de promotion touristique. »

Pi06c - OS1 -Accroître la découverte estivale du massif par la valorisation du patrimoine naturel et culturel		Nb projets	Coût Total (CT)	CT moyen	Montant total UE	Montant moyen UE	Taux d'intervention FEDER	Montant certifié CT	Taux de réalisation
Thème de l'opération	Typologie finale								
Gouvernance / amélioration du pilotage de la destination	Ingénierie et animation des espaces valléens	69	9 366 736,85 €	135 749,81 €	3 896 548,84 €	56 471,72 €	42%	7 163 905,26 €	76,48%
Découverte des patrimoines (naturel, culturel)		28	10 521 166,61€	375 755,95 €	3 778 296,62 €	134 939,17 €	36%	2 225 902,42 €	21,16%
	Offre de découverte patrimoniale en promenade	15	4 353 863,05 €	290 257,54 €	1 543 542,21 €	102 902,81 €	35%	448 591,58 €	10,30%
	Lieux dédiés à la découverte des patrimoines	9	4895721,75 €	543 969,08 €	1622430,5€	180 270,06 €	33%	1251605,65	25,57%
	Outils numériques de découverte des patrimoines	4	1 271 581,81 €	317 895,45 €	612 323,91 €	153 080,98 €	48%	525 705,19 €	41,34%
Réhabilitation et / ou mise en tourisme de sites emblématiques		27	11 736 889,87€	434 699,62 €	4 452 955,68 €	164 924,28 €	38%	2 386 220,17 €	20,33%
	Sites naturels et paysagers emblématiques	17	7 904 325,24 €	464 960,31 €	2 930 562,68 €	172 386,04 €	37%	1 318 219,86 €	16,68%
	Sites historiques et patrimoniaux emblématiques	10	3 832 564,63 €	383 256,46 €	1 522 393,00 €	152 239,30 €	40%	1 068 000,31 €	27,87%
Mise en visibilité et promotion de l'offre		23	5 069 590,13 €	220 416,96 €	2 051 343,66 €	89 188,85 €	40%	3 055 349,34 €	60,27%
	Promotion touristique commune et harmonisée	11	1825621,05	165 965,55 €	793000,68 €	72 090,97 €	43%	831539,98	45,55%
	Création de lieux de promotion touristique	3	1 957 328,30 €	652 442,77 €	629 073,00 €	209 691,00 €	32%	1 397 953,73 €	71,42%
	Outils numériques de promotion touristique	4	468 447,66 €	117 111,92 €	234 223,83 €	58 555,96 €	50%	373 469,63 €	79,72%
Développement d'une offre sportive, de pleine nature	Marques de territoire	5	818 193,12 €	163 638,62 €	395 046,15 €	79 009,23 €	48%	452 386,00 €	55,29%
		14	4 953 000,04 €	353 785,72 €	2 547 340,62 €	181 952,90 €	51%	1 503 744,07 €	30,36%
	Sites de sports / loisirs de pleine nature	9	3 007 346,04 €	334 149,56 €	1 634 827,37 €	181 647,49 €	54%	1 179 547,20 €	39,22%
	Itinéraires de randonnée sportive	3	1 285 238,00 €	428 412,67 €	613 764,25 €	204 588,08 €	48%	26 022,99 €	2,02%
Développement des itinérances	Projet global d'activités / itinéraires de sport de pleine nature	2	660 416,00 €	330 208,00 €	298 749,00 €	149 374,50 €	45%	298 173,88 €	45,15%
	Grandes itinérances	2	1 695 934,00 €	847 967,00 €	847 967,50 €	423 983,75 €	50%	1 077 682,63 €	63,55%
Préservation et valorisation de la biodiversité	Maîtrise de la fréquentation des espaces naturels	3	596 217,00 €	198 739,00 €	263 131,00 €	87 710,33 €	44%	455 773,12 €	76,44%
Mobilité / transport	Liaison de mobilité douce et patrimoniale	3	971 131,19 €	323 710,40 €	274 795,75 €	91 598,58 €	28%	/	n.C
Hébergement	Création de refuges	2	832 590,33 €	416 295,17 €	240 000,00 €	120 000,00 €	29%	552 590,33 €	66,37%
Total général		171	45 743 256,02€	267 504,42 €	18 352 379,67 €	107 323,86 €	40%	18 421 167,34 €	40,27%

3.7 Présentation des typologies de projets soutenus

3.7 a - Gouvernance / amélioration du pilotage de la destination

Nombre d'occurrences : 69 (40%) dont 69 liées au type d'opération « Animation / Ingénierie » visant à financer l'ingénierie nécessaire à l'élaboration et / ou la mise en œuvre de la stratégie de développement économique et touristique de territoire et du plan d'action pluriannuel à visée de développement local. Le chef de projet de l'espace valléen, en charge de l'animation du projet et de la mobilisation des acteurs élus et services techniques concernés par sa gouvernance, est un pilier indispensable à la conception, puis à la réalisation du programme d'action.

Nota : la démarche expérimentale « Espace Valléen » vise à élargir le partenariat et à construire un projet sur un périmètre cohérent, permettant notamment aux territoires de développer leurs spécificités et de réduire leur dépendance à une économie liée aux sports de neige.

Ce financement couvre souvent des dépenses de communication (infographie, impression, frais de réception, ...) et intègre la contribution collective à l'échelle du Massif Alpin au sein du réseau interrégional des Espaces valléens afin, notamment de faciliter les transferts de connaissances, d'expériences et de savoir-faire.

Dans certains cas (PNR du Vercors notamment), cela a également pu permettre d'intégrer un module d'évaluation du programme d'actions afin de pouvoir répondre aux attentes des partenaires financiers en termes de suivi et d'évaluation.

Ce 1^{er} thème regroupe également la **démarche Evalscope**, menée par L'Irstea visant à **évaluer et mettre en réseau les espaces valléens dans leur dimension de tourisme alpin durable et diversifié**. Cela a notamment donné lieu à la production de **35 fiches d'identité espaces valléens** et de nombreuses données associées, géolocalisées dans le « **Stationoscope du Massif des Alpes** » (<https://www.observatoire-stations.fr/carto.php>), ainsi qu'à une **analyse transversale inter-espaces valléens étudiant les profils et modes de diversification des espaces valléens**.

Enfin, une dernière opération concerne la structuration de la gouvernance touristique et un travail sur la notoriété de la destination touristique concernée par l'émergence et la mise en œuvre d'un positionnement marketing, la création d'outils et la mise en œuvre d'actions de communication.

3.7 b - Découverte des patrimoines (naturel, culturel)

Nombre d'occurrences : 28 (16%) dont 11 liées au type d'opération « Travaux d'infrastructure et d'aménagement », 10 liées au type d'opération « Equipement », et 5 liées au type d'opération « Marketing / Communication / Digital » et 1 liée au type « Etude ».

Les projets correspondant à ce thème visent notamment à financer **des projets de mise en valeur d'espaces naturels ou patrimoniaux présentant un intérêt / potentiel d'attractivité touristique.**

Il s'agit alors de **réaliser les travaux et d'installer les équipements nécessaires à l'ouverture au public et à la valorisation des patrimoines culturels et naturels du territoire, dans des conditions de sécurité et d'accueil touristique et de visite de qualité.**

Plusieurs sous-types de projets se distinguent :

LE DEVELOPPEMENT D'UNE OFFRE DE DECOUVERTE PATRIMONIALE PAR UNE ACTIVITE DE PROMENADE (15)

15 projets intègrent une dimension de création ou de réhabilitation de cheminement, sentier de découverte, itinéraires culturels qui sans être systématiquement raccordés à un réseau et donc tournés vers l'itinérance, contribuent néanmoins à la **consolidation d'une offre de découverte par une activité de promenade, voire de randonnée.**

Peuvent être cités en exemple des projets comme celui de la commune de Cabrières-d'Aigues dont le projet consiste, par le réaménagement de la calade, en l'aménagement du cheminement historique de la montée au château qui invitera à la découverte du patrimoine architectural urbain et paysager de la commune sur un parcours en belvédère, avec une signalétique didactique et adaptée, traitant de l'histoire du lieu et des paysages.

Autre projet, celui du Syndicat mixte de la Lauzière qui vise à mettre en valeur le patrimoine naturel et culturel du secteur du col de la Madeleine/Lauzière à travers le développement de 3 itinéraires de découverte, ludique et convivial.

Le projet d'itinérance culturelle dans le Briançonnais avec la réhabilitation et mise en valeur des fontaines patrimoniales de la commune de la Grave et hameaux est également emblématique de ce type de projets.

Enfin, doit être cité le projet « Au fil de la Bourne », de la Communauté de Communes St Marcellin Vercors Isère, projet d'itinéraire prestigieux et vertigineux de 28 km, qui suivra la rivière de la Bourne de Saint-Nazaire en Royans à Rencurel, et fera la jonction avec le Nord du Vercors et qui valorisera tous les éléments patrimoniaux naturels et culturels de ce site majestueux que sont les Gorges de la Bourne.

LA CREATION OU L'AMENAGEMENT DE LIEUX, ESPACES DEDIES A LA DECOUVERTE DES PATRIMOINES (9)

9 autres projets se distinguent dans ce thème, tournés vers la **création ou l'aménagement de lieux, espaces dédiés à la découverte des patrimoines :**

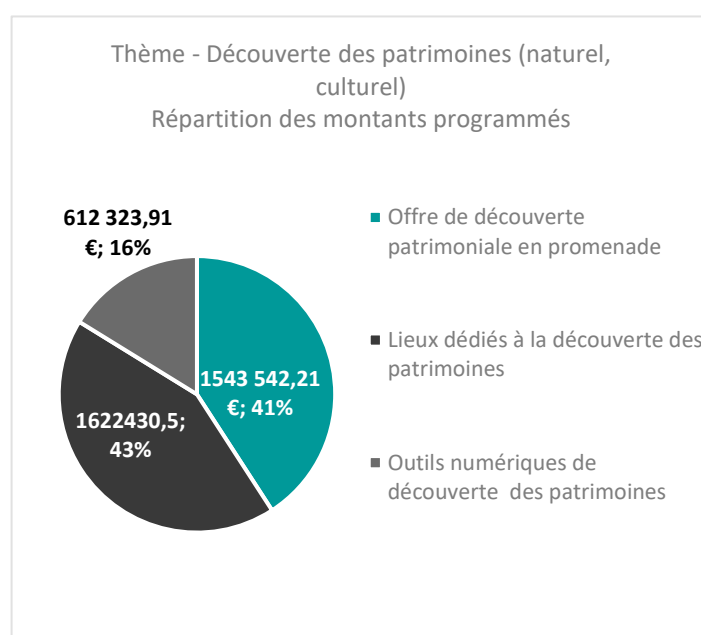
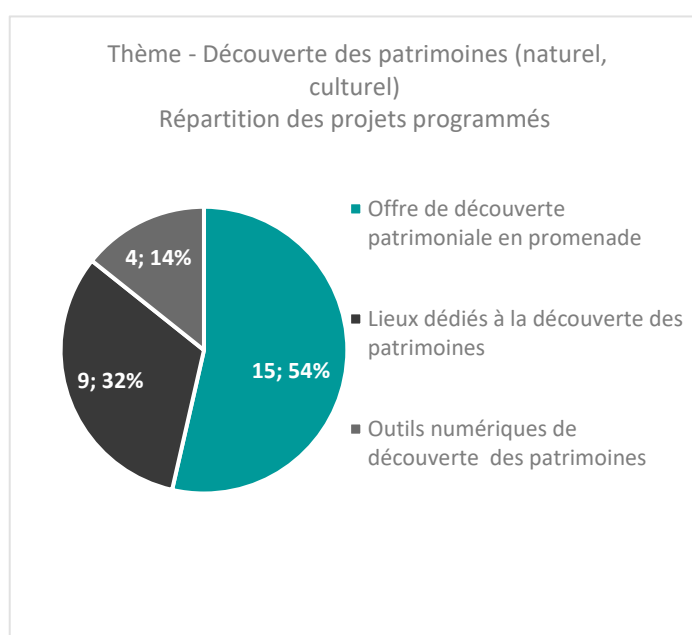
- La création de l'espace famille de découverte de la vie à la montagne dans une ancienne ferme traditionnelle de la commune du Grand-Bornand ;
- Le développement de l'offre d'interprétation du patrimoine naturel du Centre de la Nature Montagnarde, situé dans le Château des Rubins sur la commune de Sallanches ;

- La création de la Cinémathèque de Montagne au public via la rénovation d'une ancienne usine à Gap ;
- Les travaux et équipement de valorisation du musée de la minoterie de la Mure-sur-Argens ;
- La création du musée de l'herboristerie et de la lavande de la montagne de Lure ;
- La création de la maison de l'Abeille noire et de la Nature sur la commune des Belleville ;
- Pôle Nature & Patrimoines d'intérêt régional sur le site de Notre Dame de la Gorge ;
- Développement de l'offre d'interprétation du patrimoine naturel du Centre de la Nature Montagnarde, à Sallanches ;
- L'acquisition d'équipement scénique - Théâtre de la Citadelle de Sisteron.

LE DEVELOPPEMENT D'OUTILS DE DECOUVERTE DIGITALE ET NUMERIQUE DES PATRIMOINES (4)

Sur les 5 projets classés dans le type d'opération « Marketing / Communication / Digital », 4 **concernent le développement d'outils numériques** (applications mobiles, Geotrek, solutions digitales, ...) **proposant des contenus multimédias permettant de découvrir les sites et patrimoines visités** :

- Développement d'une application mobile multithématique à l'échelle du territoire Arlysère et accompagnement à la création de parcours (Communauté d'Agglomération Arlysère) ;
- Mise en valeur des églises baroques et les patrimoines religieux et architecturaux remarquables du territoire de la Communauté de Communes Pays du Mont-Blanc (CCPMB), *via* la création de médias de visite en autonomie (Communauté de communes du Pays du Mont-Blanc) ;
- Valorisation du patrimoine audiovisuel alpin (Cinémathèque d'images de montagne) ;
- Valorisation du patrimoine historique exceptionnel de la commune d'Aime-la-Plagne *via* le développement d'une solution digitale reposant sur des contenus multimédias adaptés et des travaux liés à l'aménagement de la Tour Mont Mayeur (commune de Aime-la-Plagne).



3.7 c - Réhabilitation et / ou mise en tourisme de sites emblématiques

Nombre d'occurrences : 27 (15%) dont 22 liées au type d'opération « Travaux d'infrastructure et d'aménagement » et 5 liées au type d'opération « Etude ».

Globalement, deux types d'opérations se distinguent à l'échelle des 27 projets concernés :

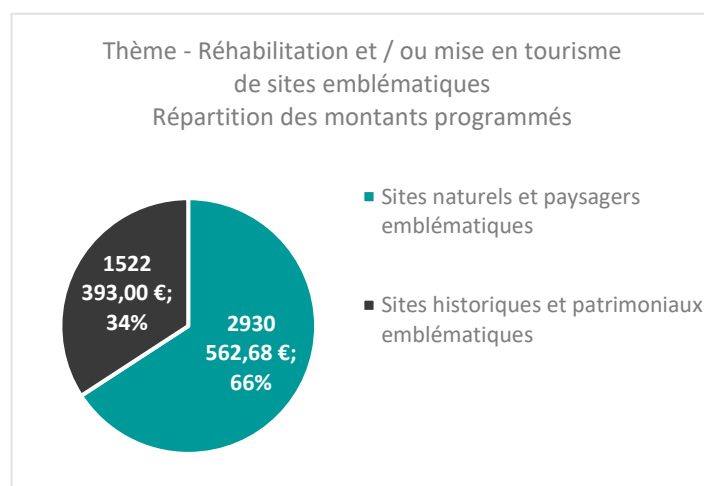
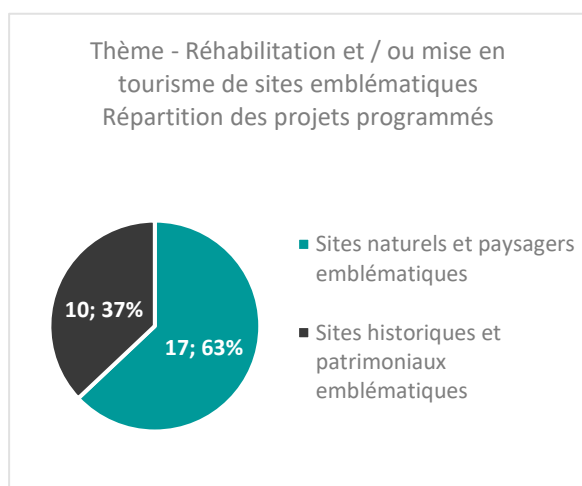
REHABILITATION ET / OU MISE EN TOURISME DE SITES NATURELS ET PAYSAGERS EMBLEMATIQUES (17)

Ce 1^{er} sous-type de projet se caractérise par **la mise en tourisme de sites naturels et paysagers emblématiques** au travers d'études préalables (3) puis de travaux (12) de requalification paysagère et environnementale, l'aménagement, la sécurisation ou la réhabilitation de belvédères ainsi que la création de stationnements, d'équipements de loisirs voire de bâtiments, permettant de mieux accueillir, informer et sensibiliser les visiteurs au patrimoine exceptionnel en présence. Ont notamment bénéficié de ce type d'intervention : le Col des Guérins (Commune de Sigoyer), col de l'Iseran (Communauté de communes de Haute-Tarentaise), le site sommital de la Croix de Chamrousse (Commune de Chamrousse), le belvédère du Point Sublime / Couloir Samson (PNR du Verdon), le sommet du Mont Ventoux (Conseil départemental de Vaucluse), le col d'Izoard (PNR Queyras).

REHABILITATION ET / OU MISE EN TOURISME DE SITES HISTORIQUES ET PATRIMONIAUX EMBLEMATIQUES (10)

Les 10 autres projets (2 études), ciblent **la réhabilitation à des fins de valorisation touristique de sites historiques et patrimoniaux emblématiques du Massif alpin**. Pour illustration, les sites suivants en ont bénéficié :

- Les jardins et la maison Alexandra David-Néel (mairie de Digne-Les-Bains)
- Le site des gravures rupestres du Mont Bégo (Parc National du Mercantour)
- La maison Valbergane (étude - Parc National du Mercantour)
- Le Fort de Tournoux (Communauté de communes Vallée de l'Ubaye - Serre-Ponçon)
- Le site de l'Abbaye de Boscodon (Association des amis de l'Abbaye de Boscodon)
- Le château de Gilette (Commune de Gilette)
- Musée de l'Ours des Cavernes (Commune d'Entremont-le-Vieux)
- Le Fort du Télégraphe (Communauté de communes Maurienne Galibier)



3.7 d - Mise en visibilité et promotion de l'offre

Nombre d'occurrences : 23 (13%) dont 14 liées au type d'opération « Marketing / Communication / Digital », 4 liées au type d'opération « Animation / Ingénierie », 4 liées au type d'opération « Equipement », 1 liée au type d'opération « Etude ».

4 sous-types de projets se distinguent :

STRUCTURATION D'UNE STRATEGIE DE PROMOTION COMMUNE ET HARMONISEE A L'ECHELLE D'UN LIEU OU D'UNE DESTINATION TOURISTIQUE (9 PROJETS)

Les porteurs de projets concernés sont : l'Office de tourisme intercommunal Verdon Tourisme, le CARF, la Communauté de Communes Alpes d'Azur, la Communauté de Communes du Pays du Mont-Blanc, la Communauté de Communes des Vallées de Thônes, le PNR du Massif des Bauges, Neige et merveilles, le syndicat mixte pour la gestion du Conservatoire Botanique National alpin.

CREATION, MODERNISATION D'OUTILS NUMERIQUES, WEBMARKETING DE PROMOTION DES OFFRES / DESTINATIONS TOURISTIQUES (4 PROJETS)

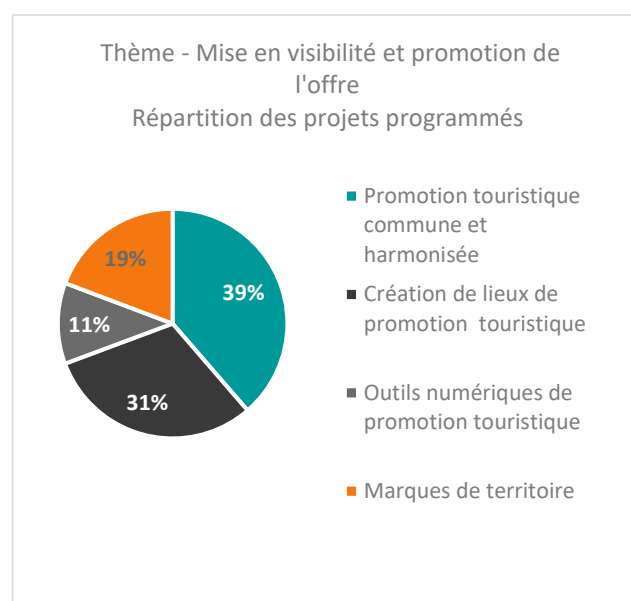
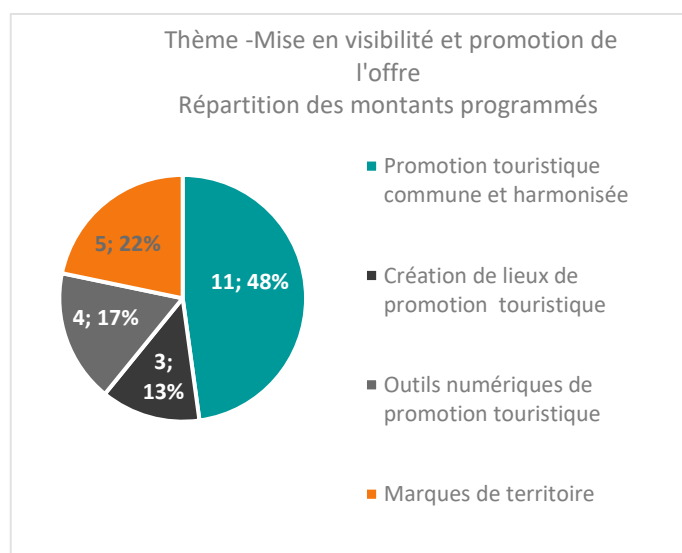
Chartreuse Tourisme (2 projets), Office de tourisme Provence Alpes Digne-Les-Bains, la Communauté de Communes de l'Oisans.

CONCEPTION, DEPLOIEMENT ET CONSOLIDATION DE MARQUES / LABELS DE PRODUITS OU TERRITOIRE (5 PROJETS)

Association Saveurs des Aravis, Inspiration Vercors (2 projets) PNR, Pays gourmand, Label « Pays d'Art et d'Histoire ».

CREATION DE LIEUX DE PROMOTION DES DESTINATIONS, PATRIMOINE, ACTIVITES ET PRODUITS TOURISTIQUES (3) :

L'espace vitrine du Massif des Baronnies Provençales, la Maison de produits de Pays à Castellane et l'Espace Montagne & Olympisme (Tremplin 92 – Arlysère).



3.7 e - Développement d'une offre sportive, de pleine nature

Nombre d'occurrences : 14 (8%) dont 13 liées au type d'opération « Travaux d'infrastructure et d'aménagement », 1 liée au type d'opération « Etude ».

Il s'agit intégralement de projets visant à **étoffer l'offre d'activités sportives et de loisirs, de pleine nature**. Deux sous-types de projets se distinguent :

L'AMENAGEMENT DE SITES DE LOISIRS (SOUVENT AQUATIQUE – 9)

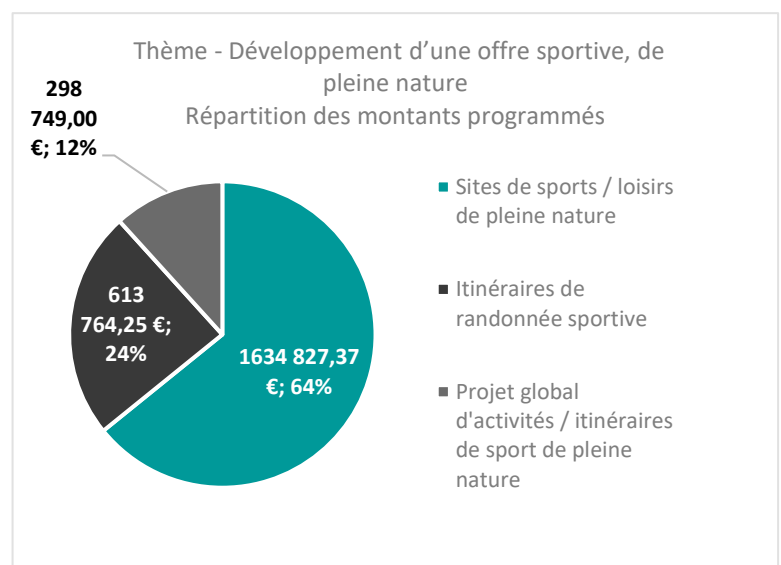
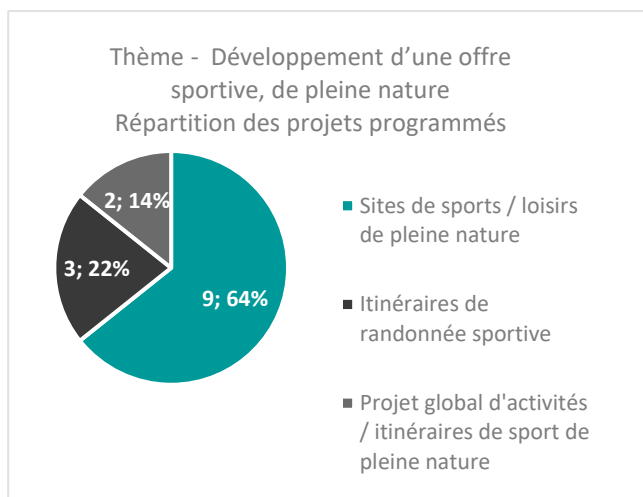
Site d'accueil multi-activités de Ratéry (Communauté de Communes Alpes Provence Verdon Sources de Lumière), Pôle lacustre des sources du lac d'Annecy (Commune de Doussard), Aménagement du parc de loisirs et nature base de loisirs des Marres (Commune de Sisteron), Aménagement des rives du Charmaix - station de Valfréjus (Commune de Modane), Aires d'embarquement et de débarquement pour les activités d'eau-vive dans le Verdon (PNR Verdon).

LA CREATION ET LA VALORISATION D'ITINERAIRES DE RANDONNEE SPORTIVE (3)

Trois projets concourant à l'enrichissement de l'offre d'itinéraires sportifs (VTT notamment) : construction de l'itinérance en VTT à assistance électrique à la découverte de paysages d'exception (Métropole Nice Côte d'Azur), aménagement et entretien de circuits VTT (Communauté de Communes de de Serre-Ponçon), création d'un itinéraire cyclable en fond de vallée (tranche 1) (Communauté de Communes des Vallées d'Aigueblanche).

APPROCHES GLOBALES DE DEVELOPPEMENT DES ACTIVITES ET ITINERAIRES DE SPORT DE PLEINE NATURE (2)

Ces deux « polarités » peuvent néanmoins se retrouver au sein d'un projet global à l'échelle d'un territoire ou d'un site : Schéma de développement des sports de nature du Queyras et du Guillestrois (PNR Queyras), Développement des activités de pleine nature comme support de découverte des patrimoines (Communauté de Communes Champsaur Valgaudemar).



3.7 f - Développement des itinérances

Nombre d'occurrences : 2 (1%) toutes liées au type d'opération « Travaux d'infrastructure et d'aménagement » (19 en thème secondaire).

La particularité de ce thème est qu'il regroupe un nombre important de projets ayant une double vocation et pour lesquels la vocation d'itinérance ou, plus basiquement, de création d'itinéraires, sentiers et cheminement n'est pas une fin mais **un moyen de donner accès et faire découvrir des patrimoines naturels, paysagers et historiques**.

Le **Parc National des Ecrins** apparaît comme le seul porteur inscrivant pleinement ses projets dans une logique d'itinérance avec un projet visant à **structurer le grand Tour des Ecrins** et un projet visant à **étoffer l'offre d'itinérance sur les Balcons des Écrins**.

Enfin, parmi les autres projets, classés dans le thème « itinérance » en thème secondaire, se distinguent notamment **les projets visant le développement d'une offre de découverte patrimoniale par une activité de promenade (12 dossiers)** déjà évoqués pour le thème n°2 « Découverte des patrimoines (naturel, culturel) ». Les autres projets pour lesquels l'itinérance constitue le thème secondaire concernent les types suivants : création de refuges (1), itinéraires de randonnée sportive (2), liaison de mobilité douce et patrimoniale (1), outils numériques de découverte des patrimoines (1), projet global d'activités / itinéraires de sport de pleine nature (1) et sites naturels et paysagers emblématiques (1).

3.7 g - Préservation et valorisation de la biodiversité

Nombre d'occurrences : 3 (1,7%) dont 2 liées au type d'opération « Travaux d'infrastructure et d'aménagement » et 1 liée au type d'opération « Marketing / communication / digital ».

Ce thème regroupe des opérations de découverte des patrimoines naturels qui se distinguent légèrement de celles classées dans le thème n°2 - Découverte des patrimoines (naturel, culturel) du fait qu'elles ciblent des **sites naturels sensibles** (Parc Naturel Régional des Préalpes d'Azur), parfois pour en **maîtriser la fréquentation** à travers des aménagements ou des actions de sensibilisation (sites sensibles du Parc Naturel Régional des Préalpes d'Azur) et/ou une **découverte ciblée sur un élément de biodiversité remarquable** (tourisme ornithologique - LPO PACA) et, ce faisant, **intègrent une dimension de préservation de la biodiversité**.

Les deux derniers thèmes regroupent moins de 5 projets :

- Le thème **« Mobilité / transport »** regroupe trois opérations de **création d'une liaison douce et de mise en valeur du patrimoine** : entre Guillestre et Eygliers (Commune de Guillestre – 5 km), entre Saint Crépin et Eygliers (Commune de Saint Crépin – 5 km), entre Grenoble et Saint-Nizier-du-Moucherotte (Grenoble-Alpes Métropole - 20,6 km).
- Le thème **« Hébergement »** ne regroupe que deux projets : la création du Refuge du Pic du Mas de la Grave (27 lits) et la rénovation du refuge des Garins (19 lits).

3.8 Analyse des types de porteurs de projets

UNE MAJORITE DE PROJETS PORTEE PAR DES STRUCTURES PUBLIQUES INTERCOMMUNALES

Pour l'OS01-Pi06c, neuf types de porteurs différents ont été identifiés. Il s'agit tout aussi bien d'acteurs ou établissements publics que privés.

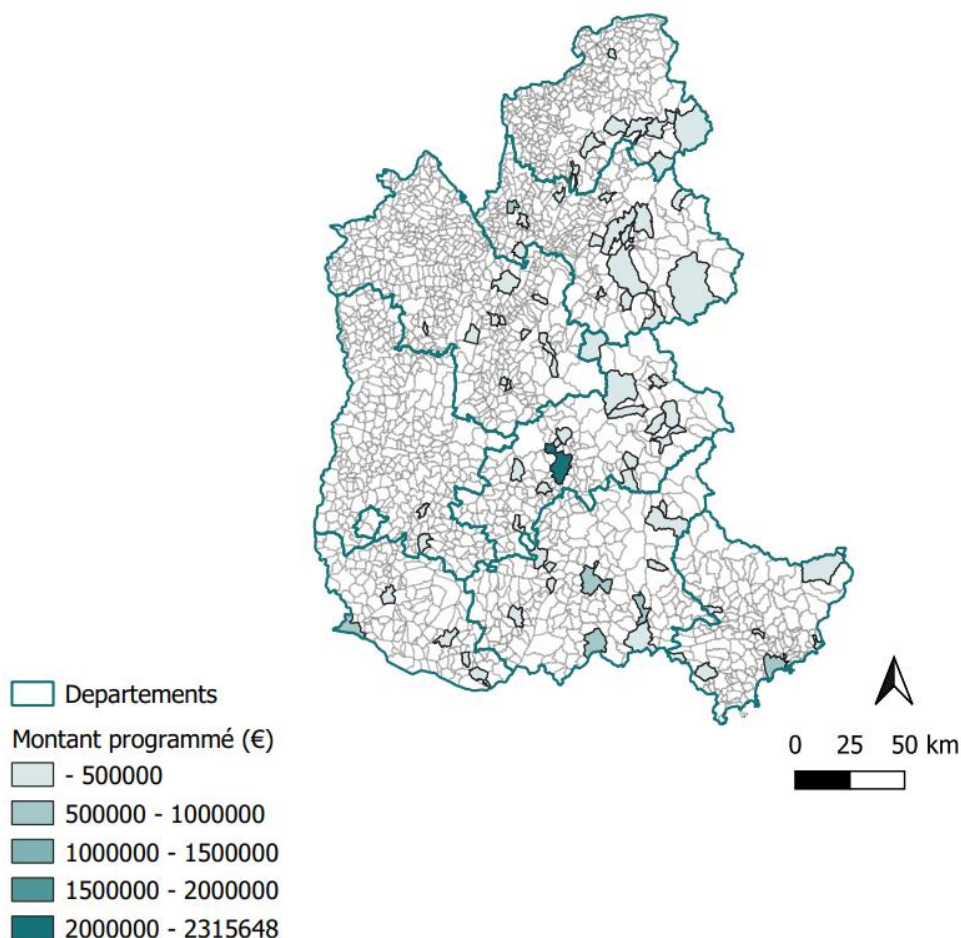
Dans le détail, la majorité des projets ont été portés par des structures publiques :

- **102 projets** ont été portés par des collectivités (Commune, EPCI, Département), avec une prédominance de communautés de communes et d'agglomération) ;
- **32 opérations** ont été portées par des PNR/PNN : PNR Préalpes d'Azur, PNR Lubéron Lure, PNR Chartreuse, PNR Baronnies Provençales.
Plus à la marge :
- **10 projets** ont été portés par des associations ;
- **9 projets** ont été portés par des Offices de Tourisme (OT) : OT du Champsaur & Valgaudemar (3 projets), OT Alpes Digne-Les-Bains, Chartreuse Tourisme (2 projets), Les Contamines Tourisme, OT intercommunal Verdon Tourisme, EPIC Matheysine Tourisme.

Enfin, une minorité de projets (**3**) ont été portés par des structures privées de type SARL. Il s'agit des projets de « Musée de l'herboristerie et de la lavande de la montagne de Lure », de « Reconstruction d'une ancienne maison d'alpage : Création du Refuge du Pic du Mas de la Grave » « Escapades baroques dans les Alpes, projet de tourisme immersif de découverte des territoires (2018-2020) ».

Pi06c - OS1 -Accroître la découverte estivale du massif par la valorisation du patrimoine naturel et culturel	Typologie des porteurs								
	Association	Structure privée (SARL, fondation...)	Commune	Communautés de communes / Agglomération	Département	Autre établissement public (EPIC, ANCT, INRAE, GIP)	PNR/PNN	Autre syndicat mixte	OT
Nombre de projets	10	3	24	75	3	6	32	9	9
Montants UE programmés (€)	1 901 969 €	450 552 €	3 742 681 €	5 991 639 €	633 334€	961 150 €	3 549 979 €	509 735€	611 337 €

Cartographie des montants UE programmés par commune



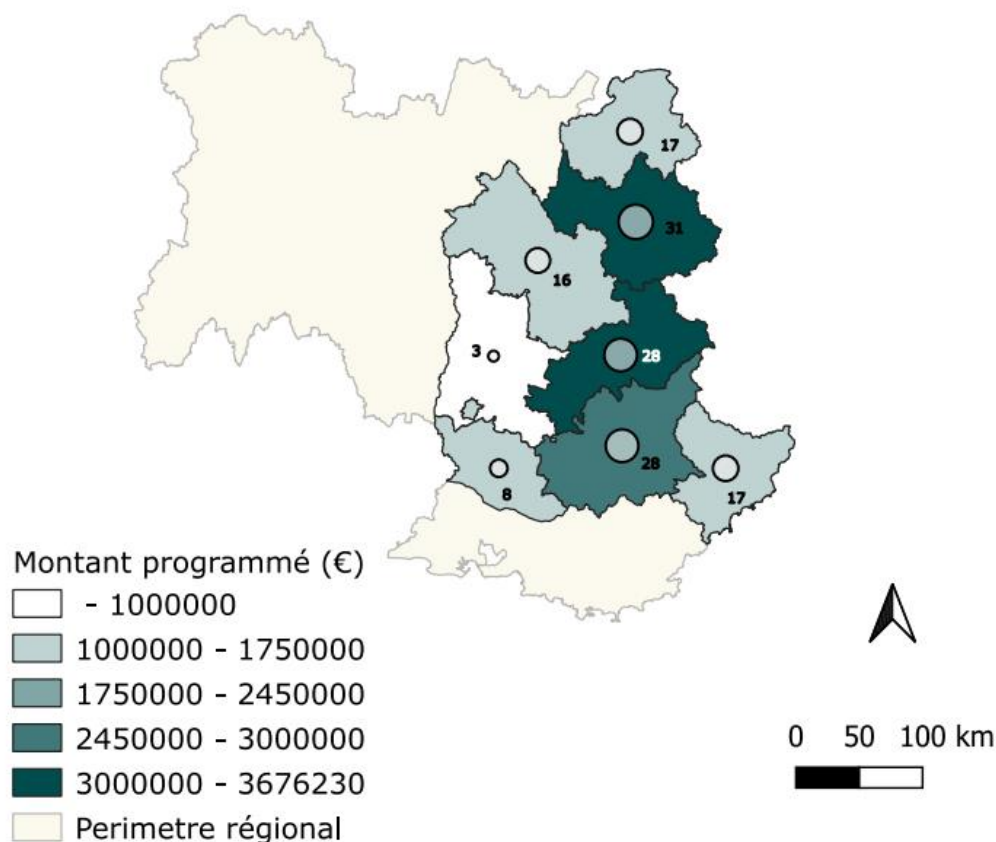
Source : Extraction Synergie (10/03/2022), Réalisation Teritéo

Nota : Seuls les projets localisés sur une commune du périmètre du Massif alpin ont été pris en compte. 3 projets ont donc été exclus de l'échantillon pour un montant total programmé s'élevant à 334 381 €. Par ailleurs, la spatialisation des montants est effectuée en fonction de la localisation du bénéficiaire, un biais peut donc exister dans cette représentation, notamment concernant les projets à portée intercommunale, de coopération, etc.

Les projets sont localisés dans **78 communes** différentes. En pratique, une hétérogénéité s'observe :

- Une concentration des projets sur 6 communes : 39 projets, soit **18% des projets « localisables »** sont concentrés sur **6 communes** : Digne-les-Bains, Gap, Le Châtelard, Modane, Moustiers-Sainte-Marie, Saint-André-les-Alpes (soit 7% des communes). Ces projets représentent **5 245 280 € FEDER**, soit **29%** des crédits programmés.
- *A contrario*, la majorité des communes (**42**) ne comptabilise qu'un seul projet sur leur territoire.

Cartographie du nombre de projets et montants UE programmés par département



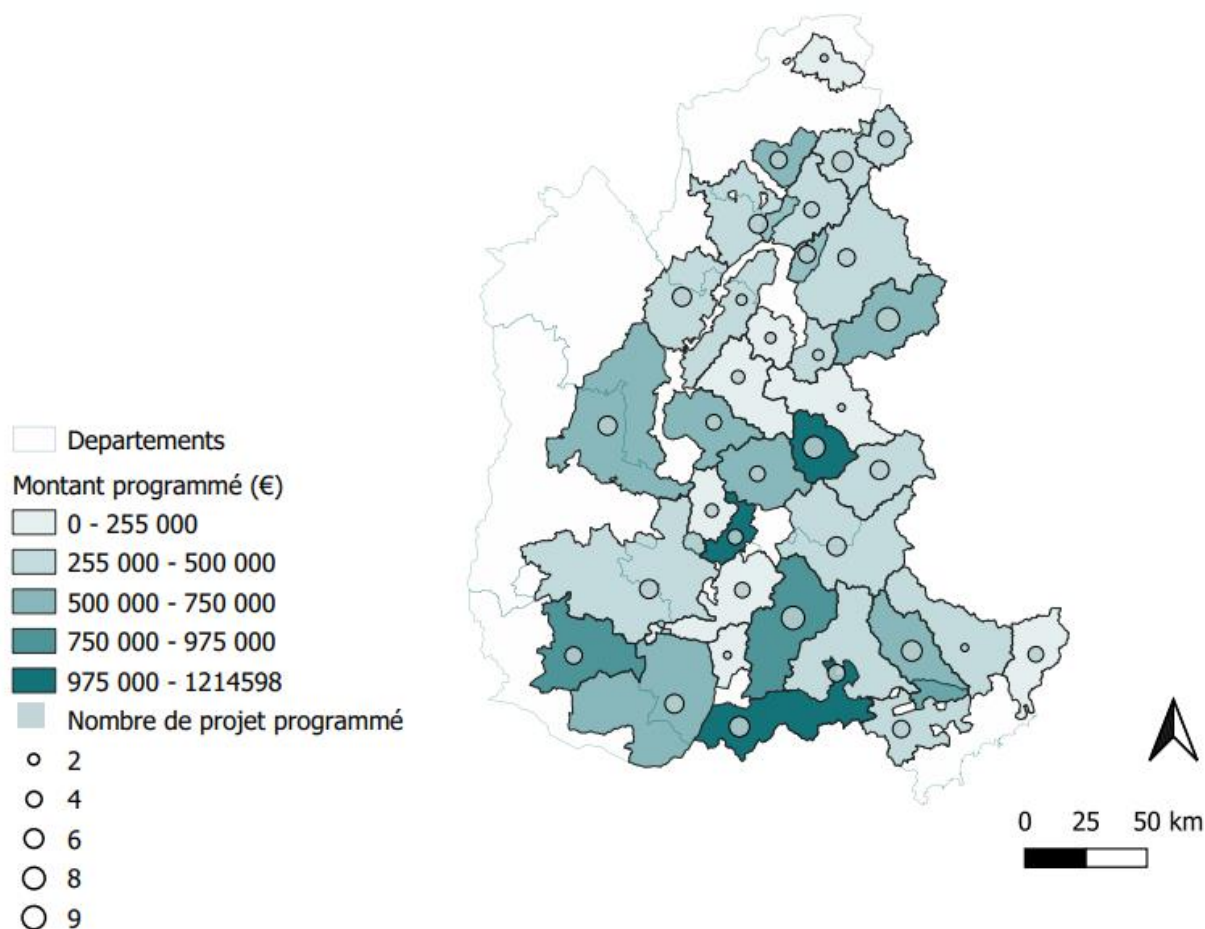
Source : Extraction Synergie (10/03/2022), Réalisation Teritéo

Nota : Seuls les projets localisés à l'échelle d'un département (soit 148 projets) ont été pris en compte. Les projets de coopération et/ou portés par des Espaces Valléens à cheval sur deux départements ont été exclus de l'analyse : ce qui correspond à 23 projets et 2 871 087,33 € programmés qui ont été écartés.

A l'échelle départementale, au regard des projets localisés spécifiquement sur un département, trois tendances se distinguent :

- **3 départements particulièrement dynamiques** : les départements des Hautes-Alpes, de la Savoie et des Alpes de Haute-Provence avec **plus de 28 projets** ce qui équivaut à un montant FEDER de **9,6 M€**, soit **62% des montants programmés**.
- **Une majorité de départements présentent une programmation élevée** : les départements des Alpes Maritimes, de Vaucluse, de l'Isère et de la Haute Savoie présentant **entre 8 et 17 projets programmés**, avec **plus d'1 M€ programmé par département pour un total de 5,6 M€**.
- La programmation sur le département de la Drôme est en-deçà de ces derniers. En effet, **3 projets** ont été programmés représentant **268 K€ de crédits FEDER**.

Cartographie du nombre de projets et montants UE programmés par Espace Valléen



Source : Extraction Synergie (10/03/2022), Réalisation Teritéo

Nota : Seuls les projets localisés sur un espace valléen (soit 163 projets) ont été pris en compte. Les projets de coopération ont été exclus de l'analyse : ce qui représente 8 projets et 2 323 884,07 € programmés écartés.

L'analyse territoriale des projets fait apparaître une certaine hétérogénéité de programmation des espaces valléens. **Quatre classes d'Espaces Valléens** se distinguent :

Une **minorité d'Espaces Valléens** ayant programmé 1 ou 2 projets pour des montants UE inférieurs à **100 K€**, ces derniers concernant l'animation du dispositif (voir zoom ci-après) :

- Pays Durance Provence
- Haut-Chablais
- Briançonnais
- Vallées de l'Arvan et des Villards

Une **majorité d'Espaces Valléens** ayant programmé entre 3 et 6 projets pour un montant UE **de 150 K€- 500 K€** :

- Communauté de Communes Buëch Devoluy
- Oisans

- Communauté d'Agglomération Riviera Française
- Pays Sisteronnais-Buëch
- Maurienne-Galibier
- Chamonix Mont Blanc
- PNR Préalpes d'Azur
- Valmorel Vallées d'Aigueblanche
- Belledonne
- Guillestrois-Queyras
- Pays Asses Verdon Vaire Var
- Tinée-Vésubie Nice Côte d'Azur
- PNR Bauges
- Pays du Mont-Blanc
- Pays Sud
- Tarentaise Vanoise
- PNR Chartreuse
- Arlysère
- PNR Baronnies Provençales
- Matheysine, Pays de Corps, Valbonnais

Une **dizaine d'Espaces Valléens** ayant programmé **plus de 500 K€ et plus de 5 projets** :

- Aravis-Vallées de Thônes
- Champsaur-Valgaudemar
- PNR Lubéron Lure
- PNR Vercors
- Haute-Maurienne Vanoise
- Vallées d'Azur
- Aqua Terra Pays Dignois (Alpes Provence Agglomération)
- PNR Ventoux

3 Espaces Valléens très dynamiques, ayant programmé plus **d'1 M€ et entre 4 et 8 projets** :

- Gap-Tallard
- PNR Verdon
- Pays des Ecrins

ZOOM SUR LA RÉPARTITION DES MONTANTS PROGRAMMÉS (UE) PAR ESPACES VALLÉENS ET THÉMATIQUES

Pi06c - OS1	Gouvernance / amélioration du pilotage de la destination	Découverte des patrimoines (naturel, culturel)	Réhabilitation et / ou mise en tourisme de sites emblématiques	Mise en visibilité et promotion de l'offre	Développement d'une offre sportive, de pleine nature	Développement des itinérances	Préservation et valorisation de la biodiversité	Mobilité / transport	Hébergement	Total général
Aqua Terra Pays Dignois	17%	50%	25%	8%						819 551 €
Aravis-Valléen de Thônes	16%	65%		19%						501 577€
Arlysère	17%	6%		81%						489 564 €
Belledone	13%		87%							378 594 €
Briançonnais	100%									30 206 €
CA riviera Française	34%			66%						206 028 €
CC Buëch Devoluy	52%			48%						144 800 €
Chamonix-mont-blanc	22%		65%	14%						296 220 €
Champsaur-Valgaudemar	18%			32%	50%					514 532 €
Chartreuse	22%		58%	21%						486 532 €
Gap-Tallard	6%	49%	38%	7%						1 002 625 €
Guillestrois-Queyras	24%		13%		10%			53%		397 022 €
Haut-Chablais	100%									24 588 €
Haute Maurienne Vanoise	27%	45%	20%		8%					642 932 €
Matheysine, Pays de Corps, Valbonnais	18%		70%	11%						498 270 €
Maurienne-Galibier	18%		82%							273 240 €
Oisans	55%			45%						158 729 €
Pays Asses Verdon Vaire Var	21%	39%		40%						419 778 €
Pays des Ecrins	8%	5%	9%			70%			8%	1 214 597 €
Pays du Mont-Blanc	22%	62%		16%						476 703 €
Pays Durance Provence	100%									20 000 €
Pays Sisteronais-Buech	22%	21%			57%					256 367 €
Pays SUD	15%		26%		58%					478 321,93 €
PNR Baronnies Provençales	18%	32%	25%	25%						491 514 €
PNR Bauges	18%	18%		7%	26%				30%	469 587 €
PNR Lubéron Lure	21%	45%	19%		16%					534 747 €
PNR pré alpes d'azur	28%		31%				41%			325 750 €
Tarentaise Vanoise	12%	70%	18%							483 674 €
Tinée-Vésubie Nice Côte d'Azur					100%					426 963 €
Vallées d'Azur	10%	22%	57%	11%						696 292 €
Vallées de l'arvan et des villards	100%									93 800 €
Valmorel Vallées d'Aigueblanche	22%	18%			59%					354 660 €
Ventoux	12%		88%							844 246 €
PNR Vercors	17%	28%		43%				11%		563 670 €
PNR Verdon	8%		51%	7%	34%					1 012 805 €
Non localisé	1 157 181 €	457 389€			579 932 €		129 381 €			2 323 884 €
Total général	3 896 548 €	3 778 296 €	4 452 955 €	2 051 343 €	2 547 340 €	847 967 €	263 131€	274 795 €	240 000 €	18 352 379 €

Légende : Thématique représentant plus de 50% des crédits programmés à l'échelle de l'Espace Valléen

4. Synthèse des entretiens

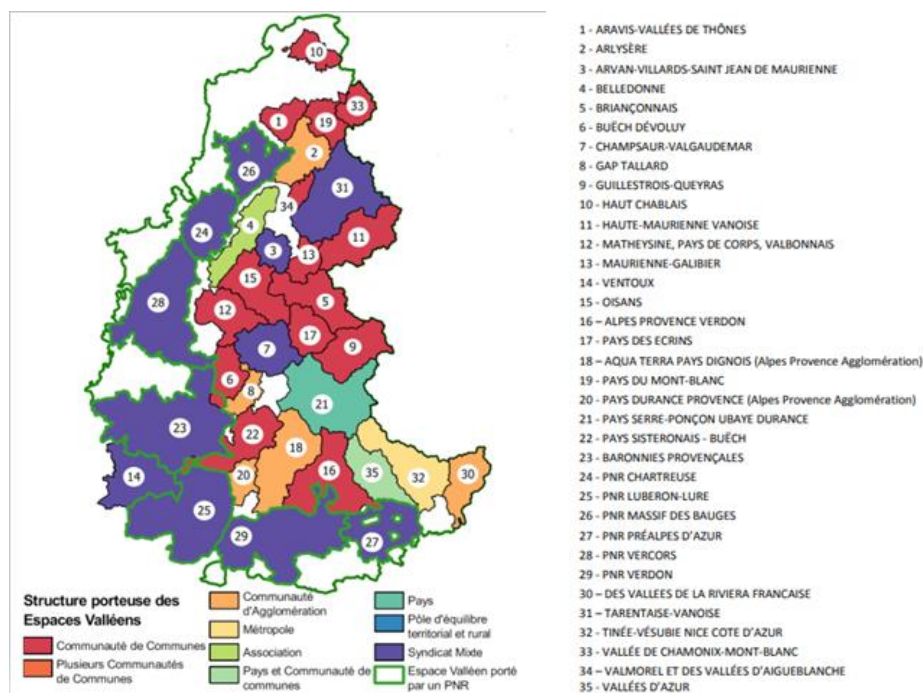
4.1 Synthèse des entretiens Espaces Valléens

4.1 a - Présentation générale des Espaces Valléens 2014-2020 interrogés dans le cadre de l'étude

Sur 2014-2020, 35 territoires ont été labellisés « Espaces Valléens » (Cf. Carte ci-contre). Le (ou la) chargé(e) de mission Espace Valléen de chacun des 33¹ EV ont été sollicités afin de participer à un entretien.

Il se répartissent comme suit :

- 4 EV dans le département des Alpes de Haute-Provence (04) : Aqua Terra Pays Dignois, Pays Asses Verdon Vaire Var, Pays Sisteronnais-Buech, PNR Verdon ;
- 6 EV dans les Hautes-Alpes (05) : Briançonnais, Buech-Devoluy, Champsaur-Valgaudemar, Gap-Tallard, Guillestrois-Queyras, Pays des Ecrins ;
- 4 EV dans le département des Alpes Maritimes (06) : Côte d'Azur Tinée Vésubie, Préalpes d'Azur, Riviera Française, Vallées d'Azur Mercantour ;
- 1 EV dans le département de la Drôme (26) : PNR des Baronnies Provençales ;
- 5 EV dans le département de l'Isère (38) : Belledonne, Oisans, PNR Chartreuse, PNR Vercors, Matheysine / Pays de Corps / Valbonnais ;
- 6 EV dans le département de la Savoie (73) : Arlysère, Maurienne-Galibier, Tarentaise-Vanoise, Vallées de l'Arvan et des Villards, Valmorel Vallées d'Aigueblanche, Haute-Maurienne Vanoise ;
- 5 EV dans le département de la Haute-Savoie (74) : Aravis Valléen de Thônes, Pays du Mont-Blanc, Chamonix Mont-Blanc, PNR Bauges, Haut-Chablais ;
- 2 EV dans le département de Vaucluse (84) : PNR Lubéron Lure, Ventoux.



Les analyses retranscrites dans les pages suivantes sont le reflet des témoignages des référent(e)s de 31 Espaces Valléens s'étant mobilisés dans le cadre de l'étude.

¹ Deux territoires n'étant plus porteur d'un Espace Valléen pour la génération 2021-2027, ils n'ont pas pu être sollicités : l'Espace Valléen Pays Sud (on retrouve désormais 3 Espaces Valléens distincts sur ce territoire : Serre-Ponçon, Ubaye Serre-Ponçon et Serre-Ponçon Val d'Avance) et l'Espace Valléen Pays Durance Provence (il a été fusionné avec l'Espace Valléen Pays Dignois).

4.1 b - Gouvernance, mise en œuvre, mise en réseau et coopération

Globalement, êtes-vous satisfait des modalités de gouvernance et de mise en œuvre actuelles du POIA ? Des améliorations peuvent-elles être envisagées ?

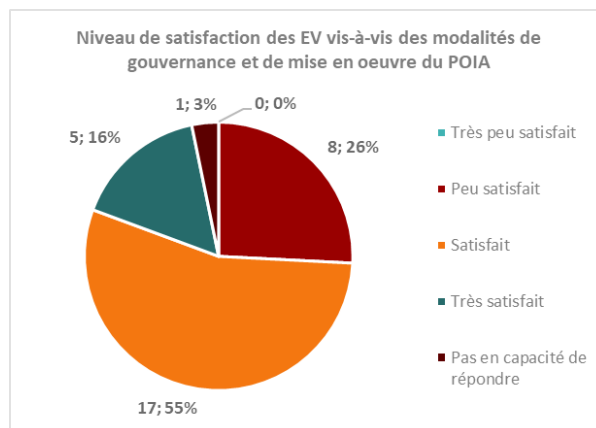
DES ESPACES VALLEENS MAJORITAIREMENT SATISFAITS DES MODALITES DE MISE EN ŒUVRE ET DE GOUVERNANCE DU POIA

Tout d'abord, il est à noter que **plus de 7 répondants sur 10 (71%)** se montrent **satisfaits à très satisfaits** des **modalités de mise en œuvre** et de **gouvernance** du POIA.

Aucun EV ne se déclare très peu satisfait.

Parmi les **principaux points positifs**, les référents Espaces Valléens ont insisté tout particulièrement sur :

- > **L'accessibilité et la disponibilité des services instructeurs/gestionnaires** pour accompagner le montage des dossiers dans le cadre de la démarche Espaces Valléens, et plus spécifiquement **un bon contact avec les référents du POIA** (écoute, proximité) **et les partenaires financiers** de manière plus globale ;
- > La **qualité de la dynamique partenariale** Etat – Commissariat de Massif, Régions Auvergne-Rhône-Alpes et Région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur ;
- > Le **déploiement de moyens financiers significatifs** et des **modalités de mise en œuvre plutôt claires** (lisibilité des aides, fluidité de la procédure, ...) ;
- > Un déploiement des aides au fil de l'eau, sur toute la durée du programme et sans mise en concurrence des Espaces Valléens.



Nb répondants = 31



S'agissant de la mise en œuvre du programme Espace Valléen, l'Espace Valléen Riviera Française souligne qu'il s'agit d'« un programme bienveillant, où les acteurs du territoire ont envie de s'aider, de faire avancer les choses et de participer à une démarche globale de développement touristique ».

DES SOURCES D'INSATISFACTION PRINCIPALEMENT LIEES AU TEMPS D'ORGANISATION DE L'AUTORITE DE GESTION ET AUX SPECIFICITES DU FEDER

Pour autant, cette satisfaction générale **ne doit pas occulter des difficultés rencontrées**, notamment :

- > **L'organisation progressive de l'AG pendant les 1^{ères} années de la programmation**, qui a pu engendrer des **difficultés pour les EV à accéder à un interlocuteur** référent au sein du service POIA ;
- > Une **instruction des dossiers FEDER jugée complexe** : est relevé un manque de clarté concernant les pièces justificatives requises notamment au début de la programmation. Cette difficulté semble avoir été solutionnée progressivement via la proximité avec les référents POIA ;
- > Dans certains cas, des **délais de paiements trop longs**. A titre d'exemple, l'EV Sisteronnais-Büech, l'EV PNR Vercors et l'EV Aqua Terra Pays Dignois ont pu constater des retards de paiement significatifs sur

la génération de programme 2014-2020. La problématique des **délais peut s'avérer un véritable frein pour la mobilisation des crédits pour les petites structures** (communes, associations, ...). Cela fait dire à certains EV que **le FEDER semble plus adapté pour les porteurs de projets les plus structurés** en termes de moyens financiers et de ressources humaines, en capacité de mieux répondre aux **exigences administratives relatives à la subvention** (très chronophage) d'une part, mais aussi **d'assurer une avance de trésorerie** au regard des délais de versement de l'aide ;

- > **Des demandes différenciées entre les cofinanceurs**, avec la cohabitation de critères distincts entre Etat, Région, Europe (manque d'homogénéisation des pratiques) susceptibles de complexifier le montage financier des projets et de rendre moins fluides les demandes de soutien.

*Un cas particulier a été mis en exergue suite à l'entretien avec le Parc Naturel Régional (PNR) du Verdon. **Pour équilibrer la gestion du site, le PNR fonctionne selon un modèle économique générateur de recettes.** C'est un modèle économique fragile qui recherche l'équilibre financier et non pas les bénéfices. Mais, le FEDER implique que les projets soutenus ne soient pas générateurs de recettes nettes. Cette situation dont l'application peut prêter à interprétation, génère des incertitudes et inquiétudes quant à l'obtention effective des financements requis en faveur des sites en gestion PNR.*

EN DEPIT D'UNE MISE EN ROUTE JUGEE DIFFICILE, LE CONSTAT PARTAGE D'UNE NETTE AMELIORATION EN TERMES DE MISE EN ŒUVRE SUR LA PERIODE 2014-2020

Pour autant, la plupart des territoires considèrent que **la mise en œuvre de la démarche** Espace Valléen et du POI Alpes sur la période 2014-2020 **s'est améliorée en cours de programmation**. Ces progrès s'expliquent principalement au travers de **deux paramètres liés aux ressources humaines** :

1. **Une organisation progressive de l'Autorité de gestion et du service POIA** qui a permis de fluidifier les relations avec les Espaces Valléens (EV) et de gagner en réactivité dans les réponses apportées ;
2. **Des interlocuteurs bien identifiés et réactifs** en ce qui concerne le POIA, avec le service SDTI (Service Développement Territorial Intégré) se rendant disponible et en capacité de répondre aux interrogations des Espaces Valléens pour faire avancer/aboutir les projets cofinancés par le POIA.

PISTES D'AMELIORATION SOUHAITEES PAR LES REFERENTS ESPACES VALLEENS :

- la simplification des procédures administratives pour les dossiers Feder (montage du dossier, rigidité des dispositifs dans le processus de justification des dépenses, ...), même si des progrès ont été identifiés sur la 2^{ème} génération du programme avec la mise en place d'un comité des financeurs à l'échelle des EV
- la mobilisation de relais locaux pour limiter l'éloignement pouvant être « vécu » par les territoires espaces valléens des Alpes du nord (Savoie, Haute-Savoie notamment) vis-à-vis de l'autorité de gestion et des services instructeurs du POIA (Région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur).



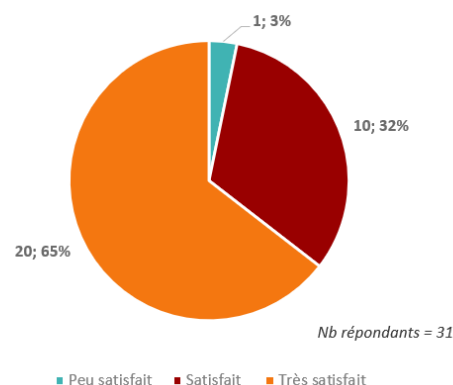
« Globalement, êtes-vous satisfait en matière de dynamiques partenariales et de structuration d'un réseau d'acteurs du massif impulsées par la politique de Massif ? Des améliorations peuvent-elles être envisagées ? »

LA STRUCTURATION D'UN RESEAU D'ACTEURS ET LA DYNAMIQUE PARTENARIALE A L'ECHELLE DU MASSIF ALPIN, PRINCIPAL POINT FORT ET SOURCE DE SATISFACTION DE LA DEMARCHE ESPACES VALLEENS

Au regard des entretiens menés, la **capacité de la démarche Espaces Valléens à structurer un réseau d'acteurs du massif** et **impulser une dynamique partenariale** est identifiée comme **le principal point fort du programme**, en mettant en lien les chargés de mission, en facilitant les mutualisations et en développant des ressources.

97% des référents Espaces Valléens qui se disent « satisfaits », voire « très satisfaits » sur cet item, soit 30 EV sur 31.

Niveau de satisfaction en matière de dynamiques partenariales et de structuration d'un réseau d'acteurs du Massif



Les entretiens ont permis de mettre en exergue **la contribution de la démarche Espace Valléen, tant à la création/structuration d'un réseau d'acteurs qu'à son animation**, en favorisant la co-construction des projets dans le cadre de la politique de Massif. Plusieurs référents Espaces Valléens sont revenus sur l'accompagnement à la mise en place du réseau par le bureau d'études Génopé, concentrant des retours plutôt positifs. La structuration d'un réseau s'est manifestée par la **mise en place d'un réseau de chefs de projets**, qui s'avère très stimulante pour les acteurs locaux et pertinente pour les référents Espaces Valléens.



Pour illustrer ce constat partagé, l'Espace Valléen Büech Devoluy a par exemple déclaré que le réseau des chefs de projets était une « véritable bulle d'air », permettant un temps de recul sur leurs pratiques, mais aussi d'analyse, d'échanges de contacts et de bonnes pratiques.

Un réseau multiforme :

L'animation du réseau prend forme au travers de l'organisation de **réunions** et **séminaires des Espaces Valléens**, une **liste de diffusion** commune, une **plateforme d'échanges**, des **rencontres régulières inter-espaces valléens** et des **rencontres locales** sur les projets lors de comités de pilotage. Dans le cadre du partenariat du Massif des Alpes, ont lieu *a minima* des **rencontres annuelles en présentiel ou visio** (lors de la crise sanitaire) et en moyenne **deux réunions par an dans le cadre du réseau des chefs de projets** Espaces Valléens.

En parallèle, **des groupes de travail thématiques ont été mis en place** : à titre d'exemples, un groupe de travail « itinérance » a contribué à la conception d'un vadémécum « *comment construire son itinérance ?* » ou encore des groupes de travail « *stations* » et « *changement climatique* ».



Comme le souligne le chargé de mission du Guillestrois-Queyras, ces groupes de travail thématiques sont « *très enrichissants, presque comme une formation* ».

Au-delà du réseau des chefs de projets et des groupes de travail thématiques, les territoires **identifient la création d'une plateforme des réseaux Espaces Valléens** de type « forum » comme une bonne pratique,

permettant de poser tous types de questions, d'y publier des offres d'emplois ou des cahiers des charges, ... Le PNR des Baronnies Provençales souligne aussi la pertinence du parrainage entre Espaces Valléens pour capitaliser / échanger sur l'expérience des territoires voisins. Enfin, les Espaces Valléens considèrent que **l'implication des structures partenaires** (Etat, Région, département) **a été une condition de réussite du fonctionnement et de la dynamique du réseau.**

Enfin, les **élus des territoires ont pu participer aux séminaires et réunions du réseau des Espaces Valléens.** C'était important que les élus des différents territoires du Massif puissent se **rencontrer et échanger** sur leurs projets. Ces temps ont permis de remobiliser ses élus sur l'importance du programme.

In fine, ce réseau a notamment :

- > **Facilité l'intégration des nouveaux chargés de missions Espaces Valléen** en cours de programme. Ces derniers ont profité des conseils et des expériences des autres. Ce phénomène a été accentué par la diversité des profils des chargés de missions et des chefs de projet qui a enrichi le réseau par l'apport d'expertises issues d'expériences précédentes. Le réseau a ainsi permis une montée en compétence globale des chargés de missions et des chefs de projet ;
- > Permis de **créer de la proximité entre les financeurs**, comme le souligne par exemple l'entretien conduit auprès de l'Espace Valléen Pays Asses Verdon Vaire Var, situé dans les Alpes de Haute-Provence.

S'agissant de l'animation, celle-ci permet aux territoires de **se confronter à des problématiques similaires, d'échanger sur des bonnes pratiques et d'être dans une dynamique de transfert d'expériences avec les autres territoires du massif alpin.** Plus largement, elle permet de réfléchir collectivement en dépassant le cadre *stricto sensu* des périmètres administratifs.

QUELQUES LIMITES IDENTIFIEES...

Si la période 2014-2020 est perçue comme celle d'une montée en charge de la dynamique de réseau/partenaire de la démarche Espaces Valléens, les territoires font remonter plusieurs écueils ou inquiétudes dans la perspective de la future génération de programmes 2021-2027 :

- Des **besoins de précisions / clarification pour la conception de projets inter-espaces valléens** : à ce stade, les Espaces Valléens rencontrent des difficultés à appréhender le cadre pour la réalisation de projets de coopération à l'échelle massif et attendent d'être « guidés » par les financeurs (*Ex. comment déterminer le maître d'ouvrage / chef de file pour des projets inter-espaces valléens ?*) ;

- **L'arrêt des financements FEDER à l'ingénierie** (poste d'animateur financé pour la mise en réseau, la conception de la stratégie et l'élaboration du plan d'actions de l'Espace Valléen)¹ : certains territoires considèrent qu'il pourrait être difficile pour leurs collectivités d'internaliser pleinement le financement de l'ingénierie et de l'animation Espaces Valléens.



A ce titre, l'EV Briançonnais fait part de sa crainte que le FEDER puisse apparaître seulement comme une opportunité financière si le POIA n'apporte plus de financement à l'ingénierie. Pour le Briançonnais, **la force des Espaces Valléens reste l'ingénierie**, qui permet au POIA d'être un programme et pas seulement une source de financement.

Ce risque apparaît néanmoins limité à court terme, sachant que **la plupart des espaces valléens ont prolongé leur mobilisation dans la démarche**, en se portant candidat pour la génération 2021-2027. Ceci tend à prouver que **la plupart des territoires EV ont été convaincus du bien-fondé et de la plus-value du programme** et souhaitent **poursuivre leur investissement** en faveur de la valorisation patrimoniale et de la diversification de l'offre touristique du massif alpin.

- Le constat d'un **chaînon manquant entre le comité de suivi du POIA et les territoires Espaces Valléens**, qui permettrait **d'aborder de manière plus approfondie les aspects de contenu et le fond des projets**. En effet, les territoires considèrent que le POIA se maintient encore dans une approche très administrative dans l'instruction des dossiers et reste *de facto* peu porté sur le contenu des projets.

PISTES D'AMELIORATION EVOQUEES PAR LES TERRITOIRES ESPACES VALLEENS :

-IDENTIFIER UN ANIMATEUR / UNE PERSONNE RESSOURCE EN CAPACITE D'APPORTER UNE VISION TRANSVERSALE, DE CONSEILLER / ORIENTER LES ESPACES VALLEENS VERS D'AUTRES TERRITOIRES PLUS « AVANCES » FACE A UNE PROBLEMATIQUE / UN TYPE DE PROJET SIMILAIRE ET D'IDENTIFIER LES POTENTIELS DE COOPERATION INTER-ESPACES VALLEENS ;

-INITIER UN RENOUVELLEMENT DE L'ANIMATION ET DES THEMATIQUES TRAITEES, MAIS AUSSI ADAPTER LES PROPOSITIONS EN FONCTION DE L'ANTERIORITE ET DES DIFFERENTS NIVEAUX DE CONNAISSANCE / EXPERIENCE DES ESPACES VALLEENS ;

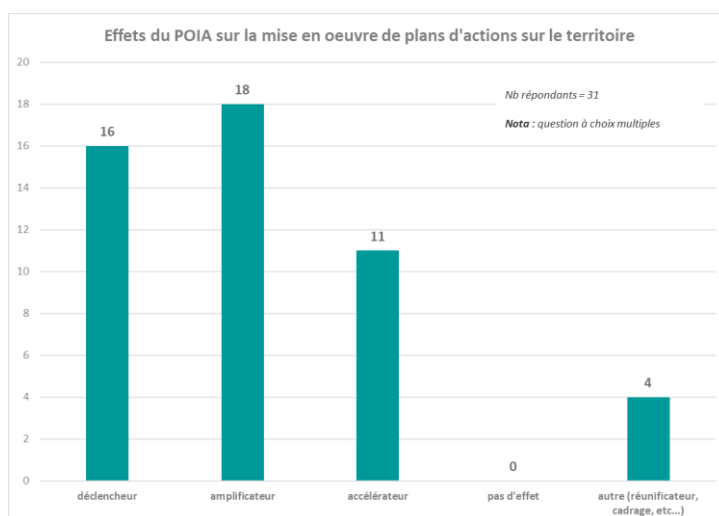
-REORGANISER CERTAINES REUNIONS DU RESEAU DES CHEFS DE PROJETS EV EN PRESENTIEL POUR QUE LES ESPACES VALLEENS ET LES SERVICES DE LA REGION SE DEPLACENT SUR LES TERRITOIRES ET CONTINUENT DE SE RENCONTRER.

¹ Sur la génération 21-27, les financements à l'ingénierie ne seront plus assurés *via* le FEDER. En revanche, des crédits Etat devraient être alloués uniquement aux territoires nouvellement labellisés « Espace Valléen ».

« Dans quelle mesure la structuration d'une stratégie « espace valléen » a-t-elle facilité la mise en œuvre de plans d'actions sur votre territoire ? »

Selon les retours des territoires Espaces Valléens, la structuration d'une stratégie « espace valléen » présente **3 principaux types d'effets sur la mise en œuvre de plans d'actions sur le territoire** :

1. Un effet **amplificateur** : 18 EV sur 31
2. Un effet **déclencheur** : 16 EV sur 31
3. Un effet **accélérateur** : 11 EV sur 31



UN VÉRITABLE EFFET DÉCLENCHEUR POUR LA DÉFINITION DE PLANS D' ACTIONS D'UNE MAJORITÉ D'ESPACES VALLEENS

La structuration d'une stratégie Espace Valléen a tout d'abord permis de **déclencher une dynamique autour de la mise en œuvre de plans d'actions**, afin de diversifier les activités touristiques à l'échelle de territoires de projets dans le Massif des Alpes.

Les soutiens à l'ingénierie touristique et territoriale¹ ont favorisé cette structuration.



En ce sens, l'EV Tarentaise Vanoise souligne que la structuration d'une stratégie EV a permis d'aboutir à une feuille de route claire pour le développement touristique et territorial de l'ensemble de la Vallée. Les acteurs interrogés insistent également sur le fait que cette démarche est « la seule politique à l'échelle du Massif, permettant de travailler sur le thème de la diversification touristique ».

Cet effet déclencheur est d'autant plus marqué pour les territoires EV qui apparaissaient les moins structurés sur la thématique « tourisme » lors de leur candidature pour la période 2014-2020.



Zoom – Espace Valléen Belledonne, Espace Valléen Matheysine (Isère)

C'est notamment le cas de Belledonne en Isère, où **la stratégie touristique n'était pas partagée, la thématique relativement « peu travaillée »** et où les acteurs territoriaux se concentraient principalement sur l'accueil de populations via le programme LEADER. La démarche EV leur a permis de **co-construire une stratégie touristique et un programme d'actions à l'échelle de Belledonne**, mais aussi de **renforcer et**

¹ Financement de postes de chargés de mission Espace Valléen, financement de la conception et de l'élaboration de la stratégie touristique et du plan d'actions de l'EV

améliorer la collaboration entre acteurs et *de facto* la prise en compte de la thématique « tourisme ». A titre d'exemple, Belledonne a développé sur la période 2014-2020 un schéma des activités de pleine nature, une initiative facilitée par l'intégration à la démarche Espaces Valléens. Ici, le dispositif a été déclencheur et support de la dynamique de structuration en faveur du développement de l'offre et d'une promotion collective.

En Isère également, l'Espace Valléen de la Matheysine a mis en évidence le fait que la démarche Espace Valléen avait **déclenché la structuration de son offre touristique**. En effet, avant l'intégration du territoire à cette démarche, le territoire ne disposait pas de stratégie de développement touristique.



Dans le cas de l'EV Aqua Terra Pays Dignois, la stratégie de l'Espace Valléen constitue **la première stratégie commune entre la C.C Pays de Saigne et le Pays Dignois** (constitué de trois communautés de communes), avant que ces territoires ne fusionnent pour former une communauté d'agglomération à la suite de la loi NOTRe. **Cette 1^{ère} stratégie a abouti à l'élaboration d'un plan d'actions à l'échelle de ce nouveau territoire.**

La démarche Espace Valléens comme point d'appui pour la prise de compétence « tourisme » suite à la loi NOTRe.

Avec la loi NOTRe promulguée le 7 août 2015, les EPCI ont vu **leurs territoires évoluer** et se sont vu **transférer la compétence « promotion du tourisme » dont la création d'Office de Tourisme**.

Beaucoup d'entre eux n'avaient ni stratégie ni Office de Tourisme. Dans ce contexte, les stratégies Espaces Valléens ont eu des effets notables pour plusieurs intercommunalités : elles ont permis **d'enclencher un dialogue constructif et prospectif** entre la Communauté de Commune et les communes, et entre les communes elles-mêmes comme le souligne le Pays des Ecrins. En invitant les collectivités à construire un projet touristique et stratégique partagée et en leur donnant les moyens de développer une ingénierie interne à la collectivité, les stratégies EV ont facilité l'application de loi NOTRe en dépassant la simple application de la loi pour offrir des perspectives concrètes et du sens à cette restructuration imposée.

UNE APPROCHE PERMETTANT D'AMPLIFIER ET D'ACCELERER LA MISE EN ŒUVRE DE PLANS D' ACTIONS

Au-delà de son caractère déclencheur, **la démarche EV et le POIA contribuent à amplifier une dynamique déjà engagée à l'échelle de certains territoires**. Le cadre d'intervention de la politique de massif permet d'avancer sur la réflexion collective, mais aussi l'organisation touristique et la gouvernance.

Un effet amplificateur a été mis en évidence pour les territoires où la dynamique touristique était le plus souvent déjà amorcée à l'échelle du territoire. Au total, 18 territoires sur 31 (58%) déclarent que la structuration d'une stratégie EV a amplifié la mise en œuvre de plans d'actions sur leur territoire.



Par exemple, l'EV PNR Chartreuse précise que la structuration d'une stratégie Espaces Valléens a permis d'amplifier la mise en œuvre de plan d'actions, et de facto la réalisation de projets en « **donnant un cap partagé et commun sur la transition touristique.** »



De même, concernant l'EV Oisans, **le POIA a amplifié fortement la dynamique sur l'offre cyclotouristique**, en structurant d'une part une stratégie, puis en soutenant de manière concrète le projet 'Cycling Lab' qui aurait probablement mis plus de temps à aboutir sans les crédits européens. En outre, un 2nd projet a donné lieu à la création de deux sites internet oisans.com et bike-oisans.com, qui n'auraient probablement pas vu le jour sans le programme et la démarche Espaces Valléens.

Enfin, près d'un tiers des territoires (11 sur 31) témoignent de **l'effet accélérateur de la démarche EV et du POIA**, pour faire aboutir des projets ambitieux dans des délais plus contraints que s'ils ne bénéficiaient pas de cette dynamique « massif ».



En ce qui concerne l'EV Arlysère, la structuration de la stratégie a permis **une mise en œuvre plus rapide et qualitative de projets touristiques** (diversification de l'offre) répondant aux besoins et enjeux identifiés sur le territoire. Ce constat est également relevé dans le cas de l'EV Vallées de l'Arvan et des Villards, où les projets ont pu être réalisés dans des délais plus serrés même s'ils auraient probablement été programmés sur la période 2014-2020.

UN GAGE DE LEGITIMITE ET DE CREDIBILITE POUR LES TERRITOIRES ESPACES VALLEENS

La structuration d'une stratégie EV a permis de **rendre plus solide et in fine conforter l'intervention de certains territoires du massif en faveur du développement touristique**. En outre, les soutiens alloués par le POIA participent à **la clôture des plans de financement des opérations, en sécurisant / rassurant les autres partenaires financiers**.

Ce constat est **particulièrement partagé pour les Parcs Naturels Régionaux :**



A titre d'exemple, la reconnaissance du PNR Préalpes d'Azur en tant qu'Espace Valléen a renforcé la crédibilité de l'action du Parc en faveur de la valorisation patrimoniale et de la diversification touristique sur son territoire de compétence. Le territoire du Parc est sous-structuré en termes d'offre touristique. L'animation EV, porté par le Parc, lui a permis d'avoir les moyens humains pour dialoguer avec les acteurs locaux, pour faire émerger les projets en accord avec la stratégie et de proposer des solutions de financements, notamment via le POIA.



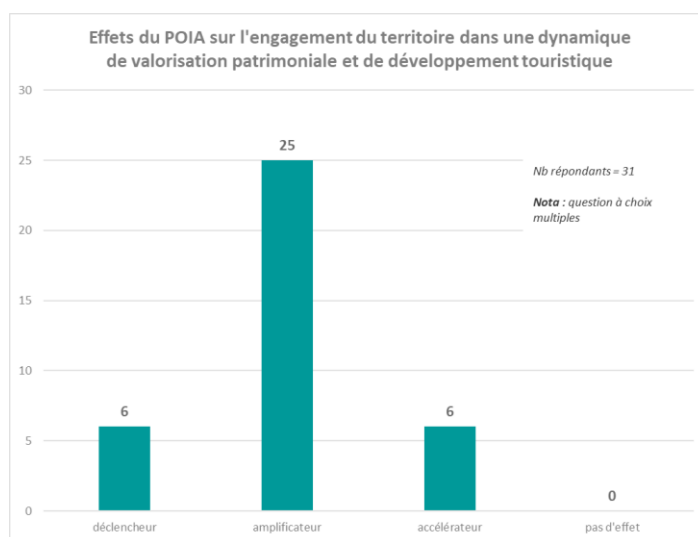
Dans un autre contexte, le PNR du Verdon souligne lui aussi le gain en crédibilité que lui a conféré la reconnaissance en tant qu'Espace Valléen. Sa stratégie a été construite en cohérence avec sa Charte et a ainsi apporté de la résonance à certaines actions déjà inscrites comme l'Opération Grand Site des Gorges du Verdon. Plus concrètement encore, la capacité du Parc de mobiliser les soutiens financiers du POIA l'a fait passer de la

parole à l'action : « Certains acteurs du territoire ont été surpris de nous voir aboutir ». Aujourd'hui le projet de requalification du Point Sublime/Couloir Samson est une démonstration concrète de la mise en œuvre des valeurs du Parc, de l'importance des enjeux de préservation et de leur possible conciliation avec la qualité de l'expérience des visiteurs.

« Selon vous, quels effets ont eu le POIA et la démarche Espaces Valléens sur la valorisation patrimoniale et le développement touristique de votre territoire ? »

Concernant la valorisation patrimoniale et le développement touristique du territoire, les territoires EV relèvent principalement **un effet amplificateur** du POIA et de la démarche EV, un effet relevé par **25 espaces valléens** sur 31 répondants (80%).

Par ailleurs, **6 territoires** EV (19%) considèrent que le POIA et la démarche EV ont eu **un effet déclencheur** pour **faire émerger une dynamique de projets** autour de la valorisation patrimoniale et du développement touristique. De même, 6 autres territoires (19%) identifient un **effet accélérateur** du POIA et de la démarche Espaces Valléens.



UN EFFET LEVIER FINANCIER DECISIF DU POIA NOTAMMENT SUR LES PROJETS LES PLUS STRUCTURANTS

La majorité des territoires s'accordent sur le fait que le POIA a permis de **mobiliser des financements conséquents**. D'après les personnes interrogées, ce programme **ouvre de nouvelles perspectives**, en mobilisant des crédits permettant d'accompagner la **réalisation de projets d'envergure** au regard du taux d'intervention UE (jusqu'à 50%) et *in fine* de **faire émerger des projets structurants de valorisation des patrimoines** (valorisation de sites naturels, requalification de cols, création d'espaces de loisirs et/ou de pratique sportive, ...).

Certains projets n'auraient pas été concrétisés sans les financements apportés par le POIA sur la période 2014-2020.



Par exemple, face aux problèmes de gestion engendrés par la sur-fréquentation des Gorges du Verdon, les collectivités et l'Etat ont souhaité mettre en place une Opération Grand Site. Cette démarche est animée par le Parc naturel régional du Verdon depuis 2002. Le projet global de l'OGS a été formalisé début 2009. Mais, il faudra attendre 2015 pour la candidature du Parc à l'EV et 2020 et l'obtention des financements du POIA pour que le Parc parvienne, avec le concours de ses partenaires, à réaliser le projet de « Requalification globale Point Sublime

/ Couloir Samson », site le plus emblématique du Parc. Sans le POIA, le projet n'aurait toujours pas été mis en œuvre au regard de l'importance des besoins de financement.

UN RÔLE AMPLIFICATEUR DU POIA POUR LA VALORISATION PATRIMONIALE ET LE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DU MASSIF ALPIN

Le POIA a permis d'accompagner des opérations structurantes d'investissement et d'amplifier la dynamique de développement/diversification touristique sur les territoires.



Pour l'EV PNR des Bauges, le POIA a joué un rôle amplificateur grâce aux moyens financiers investis, mais n'a pas déclenché une intervention en faveur de la valorisation patrimoniale, celle-ci fait partie des missions du Parc en tant qu'opérateur touristique spécialisé dans la découverte des patrimoines.



Il en va de même pour l'EV Aqua Terra Pays Dignois qui considère avoir bénéficié d'effets croisés / cumulés : l'opportunité financière du POIA conjuguée à la démarche collaborative de la stratégie ont permis d'amplifier la dynamique de valorisation patrimoniale et le développement touristique sur le territoire. Les Maires avaient déjà des projets pour leurs communes mais leurs moyens humains et financiers étaient très limités. Le POIA a permis de les réaliser avec une ambition plus grande.

Pour autant, la stratégie, suivis par plusieurs Espaces Valléens, de positionner les crédits UE sur un / des projets structurants peut comporter **le risque de ne pas bénéficier du FEDER POIA dans le cas où l'un de ces projets ne pourrait être programmé.**

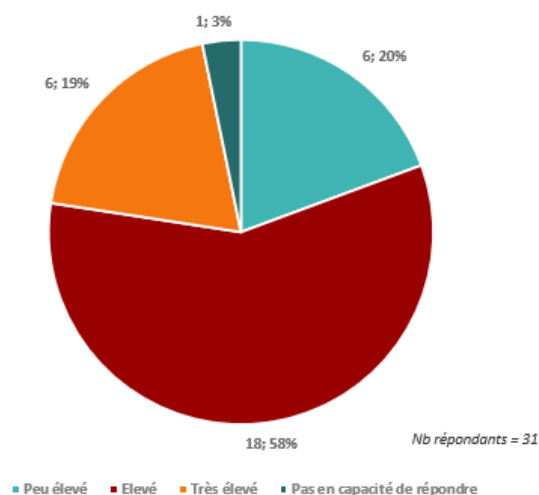


C'est le cas pour l'EV Matheysine, Pays de Corps, Valbonnais qui avait ciblé l'ensemble de ses fonds UE FEDER sur un projet majeur de création du centre d'interprétation de la Prairie de la Rencontre (en lien direct avec la route Napoléon et 7 autres EV) qui n'a pas pu voir le jour sur 14-20 et est en cours de dépôt au POIA 21-27.

« Dans quelle mesure les plans d’actions annuels déployés en déclinaison de cette stratégie ont-ils contribué à renforcer une offre de tourisme estival et renforcer la cohérence de l’offre touristique à l’échelle de votre territoire et du Massif des Alpes ? »

L’ensemble des entretiens menés auprès des Espaces Valléens tendent à prouver que les plans d’actions déployés ont contribué de manière significative à renforcer l’offre de tourisme estival et la cohérence de l’offre touristique. En effet, plus de 3 territoires sur 41 estiment que le niveau de contribution des plans d’actions sur cette composante est élevé (18 EV) – voire très élevé (6 EV).

Niveau de contribution des plans d’actions annuels au renforcement de l’offre de tourisme estival et à sa cohérence à l’échelle Massif



Un enjeu de renforcement de l’offre de tourisme estivale moins prégnant dans les EV les plus au Sud

Ce constat mérite néanmoins d’être précisé. Les EV représentent des territoires parfois très différents. Certains n’ont pas de station de ski et connaissent une fréquentation essentiellement estivale. Par exemple, pour le PNR du Verdon ou le Pays Sisteronnais-Büech, le renforcement de l’offre de tourisme estival relève plus du qualitatif que du quantitatif. L’objectif de ces territoires n’est pas d’accueillir plus de visiteurs en été, mais de mieux les accueillir et de développer les « ailes de saison » que sont le printemps et l’automne.

UN IMPACT ELEVE SUR L’OFFRE DE TOURISME ESTIVAL ET DESAISONNALISE

D’après les référents EV interrogés, les soutiens du POIA et la démarche EV ont permis de réaliser des aménagements qualifiant l’offre touristique. Ils contribuent à la structuration d’une offre de tourisme estival – voire en toutes saisons, en fonction des contraintes climatiques inhérentes aux territoires de moyenne et de haute montagne. A ce titre, les plans d’actions témoignent peu à peu d’un basculement des territoires vers une nouvelle orientation en faveur d’investissements « hors neige » : la démarche EV incite les territoires et les porteurs de projets à penser le tourisme en dehors de la saison hivernale.

De fait, le programme joue un rôle sur le tourisme estival et la désaisonnalisation par la diversification de l’offre touristique, en développant de nouveaux « modes de découverte » de la montagne et des vallées. Le développement de l’offre rend plus attractif ces territoires, ce qui est susceptible *in fine* de générer une fréquentation plus importante sur l’été et dans certains cas sur les « ailes de saison ».

¹ 24 Espaces Valléens, soit 77% des répondants



En Haute-Savoie, l'EV Aravis Valléen de Thônes déclare avoir réalisé **8 projets de diversification touristique** sur 12 communes sur 2014-2020. Ces projets assurent un niveau de couverture territoriale très élevé de l'Espace Valléen. La démarche EV leur a permis de créer une offre qui n'existait pas sur le territoire au préalable et de moderniser les infrastructures pour être plus attractif auprès des clientèles touristiques.

Cet impact sur l'offre est souvent relevé par les EV qui considèrent néanmoins :

- ✓ (souvent) ne pas disposer du recul suffisant et des outils adéquats pour en mesurer l'impact sur la fréquentation ;
- ✓ (pour certains), qu'il s'agit de « petits » projets qui malgré leur pertinence ne suffisent pas à faire évoluer l'offre estivale et/ou désaisonnalisée de manière très significative / quantifiable.

En revanche, les EV s'accordent pour reconnaître que l'ensemble des projets, à l'échelle du massif Alpin, doivent nécessairement participer à l'émergence d'une offre nouvelle accessible hors de la saison hivernale.

UN EFFET POSITIF POUR LA COHERENCE INTERNE DE L'OFFRE TOURISTIQUE

Au-delà du développement du tourisme estival et désaisonnalisé, le POIA et la démarche EV ont permis de **renforcer la cohérence interne de l'offre touristique** en développant une stratégie d'une part, puis en la structurant à l'échelle de l'Espace Valléen d'autre part, en soutenant des projets concrets en lien avec les orientations prises par le territoire.



En Isère, sur le territoire de Belledonne, un travail a été mené avec ATEMIA aboutissant à l'identification de 14 camps de base pour le déploiement d'une offre de pleine nature et d'un accueil touristique avec des services associés : point d'information, toilettes, signalétique commune, ... et de deux filières d'excellence pour l'EV Belledonne : l'itinérance et le ski de randonnée.

UN EFFET PLUS LIMITE DU PROGRAMME SUR LA COHERENCE EXTERNE DE L'OFFRE TOURISTIQUE

En revanche, les acteurs interviewés constatent **moins d'effets du programme** à ce stade **sur la cohérence externe de l'offre touristique à l'échelle du Massif alpin**.

Sur la période 2014-2020, **peu d'actions inter-espaces valléens ont abouti** (ex. une seule action ambitieuse sur l'itinérance avec le Tour des Ecrins). Certains EV considèrent même qu'il s'agit de l'un des points faibles du programme sur la période 2014-2020 : **n'avoir pas suffisamment considéré les effets de complémentarité et donc de concurrence entre les projets de structuration des offres touristiques désaisonnalisées**.

Il s'agira **d'une priorité pour la génération 2021-2027** avec le soutien aux projets inter-Espaces Valléens, même si des situations hétérogènes cohabitent entre des territoires prêts à envisager la réalisation de projets avec d'autres territoires voisins (ex. EV Maurienne-Galibier avec le projet de requalification du Col du Galibier susceptible d'être mené conjointement avec l'EV Briançonnais), et d'autres considérant que ces opérations restent complexes à mener et demandent « beaucoup d'énergie pour des résultats encore assez limités en termes de coopération » (ex. Espace Valléen Tarentaise-Vanoise).

« Les opérations soutenues par le POIA présentent-elles des spécificités par rapport aux projets soutenus hors fonds européens ? Si oui, lesquelles ? »

UN MINORITE DE PROJETS ESPACES VALLEENS FINANCES HORS FEDER

Les entretiens « Espaces Valléens » ont mis en exergue le fait que **le POIA s'intègre dans une dynamique de projets plus globale, dont il est indissociable**. Ainsi, il participe indirectement à la mise à l'agenda de l'ensemble des opérations, au regard **du soutien consacré à l'ingénierie touristique**. Avec un **taux d'intervention de 50%**, son apport est **déterminant** pour accompagner l'identification et la réalisation de tous les projets.

Par ailleurs, les échanges conduits avec les chargés de mission EV rendent compte de **la dynamique de projets hors FEDER POIA**. Dans la plupart des territoires, **les projets cofinancés par le POIA ne représentent qu'une minorité** (en nombre) **des dossiers soutenus** à l'échelle de l'Espace Valléen. Ils en représentent néanmoins **une part plus significative en montant** mobilisés.



Pour illustrer ce constat, l'Espace Valléen Valmorel Vallées d'Aigueblanche rend compte de 6 dossiers POIA au titre de l'OS01-Pi06c « Accroître la découverte estivale du massif par la valorisation du patrimoine naturel et culturel » pour un total approximatif de 25 à 30 opérations.

S'agissant de l'EV Tarentaise Vanoise, les soutiens hors POIA ont accompagné la rénovation de la scénographie de plusieurs musées et sites de visite, l'aménagement de sentiers, l'aménagement des activités de pleine nature en eau vive, des actions d'animation thématique (ex. mise en tourisme de l'immobilier de loisirs) ou encore le développement d'itinéraires de randonnée adaptés à la pratique du vélo à assistance électrique (VAE). A l'appui des cofinancements POIA, cinq projets ont été programmés sur la période de programmation 2014-2020 : deux dossiers d'ingénierie (définition de la stratégie touristique de l'EV, animation de la démarche) et trois dossiers d'investissements favorisant le développement de l'offre touristique du territoire (mise en tourisme du Col de l'Iseran, création de la Maison de l'Abeille Noire et de la Nature, projet « Une visite d'Aime à travers les siècles »).

DES NATURES DIFFERENTES DE PROJETS, UN CHOIX DE POSITIONNEMENT DU FEDER SUR LES ACTIONS LES PLUS STRUCTURANTES

Des spécificités des projets POIA peuvent être **relevées** en termes **de types de projets**.

Cela est dû au **choix d'orienter les financements FEDER sur les projets représentant les montants les plus importants**, afin de **répondre à des besoins de financement plus importants** et **d'éviter la démultiplication** de petits dossiers et **des démarches administratives** afférentes.

Ce faisant, le POIA a souvent été mobilisé afin de **co-financer les projets d'investissement structurants**. On retrouve, globalement, **des projets présentant des montants moyens plus élevés que pour les dossiers hors FEDER**.

D'après les Espaces Valléens, les deux autres critères qui ont été considérés dans l'orientation des choix de financement ont été :

- > La capacité des structures à absorber les exigences du FEDER ;
- > L'éligibilité des dépenses pouvant être prises en charge par le FEDER.

Par ailleurs, le FEDER POIA a soutenu quelques actions multi partenariales (voir ci-dessous) et des actions pluriannuelles.



En Haute-Savoie, l'EV Pays du Mont-Blanc a notamment été partie prenante d'un projet inter-Espace Valléen autour des Escapades Baroques dans les Alpes, avec une collaboration entre 8 Espaces Valléens sur une même thématique, permettant de « créer des passerelles entre les territoires et d'avoir des échanges d'expérience enrichissants » à l'échelle du Massif des Alpes.

Enfin, il est souligné que si le POIA est très précis sur les thématiques des projets, en revanche, il permet de financer la globalité du projet : il est très large dans son appréhension du projet de valorisation du patrimoine et prend en compte, en plus des investissements, les besoins en ingénierie (technique et financière) et en communication.

4.1 c - Résultats et impacts des actions soutenues

« Pourriez-vous estimer l'intensité des résultats et effets observés ou attendus des projets soutenus sur votre territoire par le POIA 2014-2020 ? »

Pour rappel, lors de l'enquête auprès des Espaces Valléens, il leur était demandé de répondre à la question ci-dessus pour les 8 types de résultats / effets listés dans le tableau ci-dessous pour chaque projet soutenu par le POIA sur leur territoire.

RETOUR SUR LA MATRICE DES RESULTATS / EFFETS

Rappel de l'échelle de notation : [1 - Très faible / 2 - Faible / 3 - Forte / 4 - Très forte]

Types d'effets et impacts	Note moyenne
Valorisation et préservation des patrimoines naturels et culturels	3,44 / 4
Développement du tourisme estival	3,33 / 4
Structuration d'un réseau / dynamique de coopération	3,20 / 4
Structuration et organisation des acteurs de l'écosystème touristique / territorial	3,17 / 4
Développement du tourisme désaisonnalisé	3,13 / 4
Structuration et visibilité de l'offre touristique	3,11 / 4
Développement d'une offre de découverte itinérante, sportive, de loisirs	3,09 / 4
Valorisation des savoir-faire locaux	2,51 / 4

En transversalité, l'analyse des résultats et effets des projets cofinancés par le POIA témoignent d'une intensité plutôt forte sur les différents types d'impacts identifiés par les évaluateurs, avec des notations comprises entre 3,09 et 3,44 sur 4 pour 7 items sur 8.

Plus précisément, l'impact le plus marqué du point de vue des territoires EV est la valorisation et la préservation des patrimoines naturels et culturels (3,44 / 4), ce qui apparaît cohérent avec le cadre d'intervention du POIA dont l'objectif spécifique 1 s'intitule « Accroître la découverte estivale du massif par [la valorisation du patrimoine naturel et culturel](#) » et est corroboré par le bilan de la programmation.

Trois autres impacts se distinguent :

- ✓ le développement du tourisme estival (3,33 / 4)
- ✓ la structuration d'un réseau et d'une dynamique de coopération (3,20 / 4),
- ✓ la structuration et l'organisation des acteurs de l'écosystème touristique et territorial (3,17 / 4).

A contrario, la valorisation des savoir-faire locaux (2,51 / 4), n'apparaît pas être un impact significatif.

Ces premiers éléments seront croisés et illustrés dans le cadre de la synthèse bénéficiaires ([Retour sur les principales retombées directes et indirectes des projets étudiés](#), à partir de la P.64).

4.1 d - Perspectives et pistes d'amélioration

« Identifiez-vous des évolutions de contexte et, plus globalement, des enjeux émergents à l'échelle de votre territoire ou du massif à considérer dans une approche prospective devant amener à réinterroger la stratégie d'intervention ? »

Les entretiens ont permis de mettre en évidence plusieurs enjeux émergents à prendre en compte dans la perspective de la génération de programmes 2021-2027 :

LES NOUVEAUX FLUX LIÉS AU COVID, UN ENJEU A CONSIDÉRER POUR CERTAINS TERRITOIRES

Plusieurs EV ont constaté l'apparition de nouveaux visiteurs, souvent de proximité, pendant la crise sanitaire, au moment des déconfinements. Excursionnistes ou touristes en court séjour, ils fréquentent les sites naturels pendant les week-ends et les vacances scolaires.

Cette attractivité nouvelle peut engendrer :

- > Une sur-fréquentation de certains sites sensibles ;
- > Une mise en danger du fait d'une méconnaissance de la montagne, de ses codes et usages ;
- > Des conflits d'usages avec les acteurs économiques (agriculture, pastoralisme, sylviculture, ...), et habitants.

Les EV sont conscients que des réponses doivent être apportées afin d'assurer un accueil adapté à ces nouvelles clientèles (conseils, information, sensibilisation). Certains territoires comme les PNR des Préalpes d'Azur ont suivi de près ce phénomène et ont développé une communication dédiée qui intéresse d'autres EV.

Le sujet de la sensibilisation des visiteurs et des touristes au respect de la montagne (« codes », « comportement » à adopter dans un environnement montagnard fragile) est un point d'attention partagé par de nombreux Espaces Valléens.

Le développement de l'économie touristique du massif renvoie donc de manière de plus en plus aigüe à des questions de préservation de l'environnement et de concertation avec les habitants.

L'ADAPTATION AU CHANGEMENT CLIMATIQUE : UN ENJEU PARTAGÉ MAIS DES RÉPONSES ENCORE PEU STRUCTURÉES

Les échanges auprès des référents EV rendent compte de l'importance de cet enjeu dans la réflexion sur les politiques touristiques et de développement territorial des territoires de la montagne. La dynamique des EV a participé à l'évolution des mentalités notamment auprès des élus.

Pour autant, on observe à ce stade une prise en compte hétérogène de cet enjeu en fonction des Espaces Valléens :

- > Dans certains EV, une réflexion a été portée sur la mobilisation de la démarche EV pour soutenir des actions de sensibilisation et d'éducation aux enjeux du changement climatique (hors FEDER POIA) ;
- > L'EV Maurienne-Galibier signale également qu'un accompagnement de l'Etat est prévu avec Avenir Montagne Ingénierie, qui pourrait se concrétiser par le financement d'un poste sur 2 ans autour des questions de changement climatique, d'adaptation et de résilience des territoires de montagne ;

- > Dans le Vercors, la démarche EV a été le support aux premières réflexions communes des élus du territoire autour de la nécessité de travailler ensemble sur l'enjeu de l'adaptation au changement climatique.

L'accélération et la maturation des territoires EV sur les impacts du changement climatique et les réponses à y apporter sera l'une des priorités de la nouvelle génération de programmes.

L'ENJEU D'ATTRACTIVITÉ DES TERRITOIRES DE MONTAGNE

Pour de nombreux territoires comme la Communauté de Communes du Guillestrois – Queyras, le développement des services et du tourisme doit avant tout permettre de maintenir les populations locales et d'attirer de nouveaux habitants dans un cadre de vie désirable.

Un modèle économique de la montagne sur les 4 saisons ne pourra se faire qu'avec le développement d'une offre touristique diversifiée et désaisonnalisée. Le tourisme doit participer fortement et directement à la création d'un nouveau modèle, mais il ne doit plus artificialiser les territoires, au contraire, il doit les accompagner dans un développement plus authentique, fondé notamment sur les patrimoines naturels et culturels et sur les femmes et les hommes qui vivent à l'année en montagne aujourd'hui.

LES NOUVEAUX MODES DE TRAVAILLER ET D'HABITER : UNE OPPORTUNITÉ QUE LES EV DOIVENT SAISIR EN ADAPTANT LEUR OFFRE

L'afflux de visiteurs dans le Massif des Alpes, combiné avec l'installation à l'année ou saisonnière de populations, amène à se réinterroger sur les mobilités touristiques et les capacités d'accueil des territoires.

L'amélioration de l'accessibilité au territoire, de la mobilité sur le territoire, l'accès aux patrimoines naturels et culturels, etc., doivent contribuer à l'attractivité du territoire pour les habitants, les entreprises, les investisseurs, les saisonniers et les touristes.

Des tendances émergentes sont aussi à prendre en compte, comme le développement accentué par la crise sanitaire, du « workation », le travail à distance avec la possibilité de se déconnecter pendant quelques heures. Ces nouvelles formes de travail ouvrent des perspectives aux territoires de montagne, en capacité de proposer une offre attractive une bonne partie de l'année pour des travailleurs souhaitant allier activité professionnelle et déconnexion au « grand air » sur leur temps de loisirs. Au-delà de cette opportunité de développement d'une fréquentation du Massif alpin hors saison touristique (voir paragraphe suivant), ces nouveaux profils de clientèles sont susceptibles d'engendrer de nouvelles pressions sur les milieux naturels et l'environnement, des problématiques et d'accessibilité et de mobilité sur le territoire et appellent à une sensibilisation de visiteurs ne maîtrisant pas toujours les « codes » et les « bons comportements » à adopter en montagne.

Les territoires alpins ont des atouts indéniables pour se positionner sur ce type d'offre.

- **L'adaptation aux nouvelles attentes des clientèles et la recherche d'une nouvelle expérience de la montagne** : La plupart des territoires EV s'accordent sur la nécessité de diversifier les modes de

découverte du massif, en prenant en compte l'évolution des attentes des touristes : quête de ressourcement, découverte des activités économiques de la montagne (pastoralisme, agriculture, savoir-faire locaux), ...

- **L'enjeu des « lits froids »¹** : les stations de montagne sont confrontées depuis plusieurs années à l'enjeu économique majeur de lutte contre les « lits froids ». La remise sur le marché et la requalification de ces hébergements sont portées par les Espaces Valléens concernés et soutenues par le Plan Avenir Montagne.

« Identifiez-vous des améliorations possibles dans les modalités de mise en œuvre du POIA ? Si oui lesquelles ? »

Enfin, les acteurs ont fait remonter des pistes d'amélioration pour fluidifier la mise en œuvre des soutiens et maximiser les retombées pour les territoires du massif.

Des attentes ont été formulées et renouvelées concernant la **simplification administrative** :

- > clarification des pièces demandées
- > calendrier de dépôt des dossiers pour la période 21-27,
- > limitation des délais d'instruction et de paiement,
- > mise en place d'un barème standard pour les frais de personnel,
- > etc.

Il apparaît également important de bien sensibiliser les bénéficiaires (porteurs de projets) aux exigences du FEDER en amont.

Par ailleurs, plusieurs Espaces Valléens sont revenus sur la mise en cohérence des demandes de financement et l'intérêt de concevoir **une plateforme/un guichet unique** (avec une harmonisation des calendriers des commissions), afin d'améliorer les conditions de travail du porteur de projet dans son parcours de soutien.

Des besoins en **accompagnement/formation pour les montages des dossiers**, notamment sur les indicateurs, pourraient permettre d'éviter des difficultés en aval, au moment où il faut justifier le projet au regard desdits indicateurs qui peuvent se révéler a posteriori mal adaptés.

Concernant l'élaboration de projets inter-espaces valléens, **les territoires EV se montrent plutôt favorables à cette incitation forte de l'Autorité de gestion dans le cadre du POIA pour 21-27**. Toutefois, **la conception de ce type de projets pose des questions de faisabilité/mise en œuvre**. A ce titre, les Espaces Valléens souhaiteraient notamment bénéficier de précisions, voire d'un accompagnement, sur les modalités de mise en œuvre et le cadre administratif et juridique pour le soutien de projets inter-espaces valléens.

¹ Les lits froids sont **des logements rarement occupés par leurs propriétaires, non-proposés à la location et/ou lorsqu'ils le sont ne trouvant pas de locataires**. Cette situation est principalement observée en montagne, et tout particulièrement en haute-montagne. D'après un rapport du Sénat « Patrimoine naturel de la montagne : concilier protection et développement », un lit est dit « froid » lorsqu'il est occupé moins de 4 semaines par an, et qualifié de « chaud » s'il est occupé moins de 12 semaines par an. Les lits occupés entre 1 et 3 mois par an sont qualifiés de « tièdes ». Pour autant, il n'existe pas de définition officielle.

Enfin, des **craintes sont exprimées sur l'arrêt des financements du POIA pour les postes de chargés de mission EV**, alors que les défis à venir exigent une ingénierie sur la durée afin d'être en capacité de structurer des réponses à la multiplicité d'enjeux auxquels ils doivent répondre.

4.2 Synthèse des entretiens bénéficiaires

4.2 a - Présentation générale des entretiens réalisés

Dans le cadre de l'évaluation, il était prévu la réalisation d'**une trentaine d'entretiens « porteurs de projets »** sur des projets emblématiques de la période de programmation 2014-2020 afin de les interroger sur :

- > **Leur niveau de satisfaction**, eu égard aux modalités d'accompagnement et de mise en œuvre du POIA et s'agissant de la capacité du programme à faire bénéficier d'un réseau d'acteurs et à impulser une dynamique de coopération dans le cadre de la politique de Massif ;
- > **La description de leur projet**, des partenaires impliqués et du calendrier ;
- > **Les principaux résultats / effets observés ou attendus** suite à la réalisation du projet ;
- > **La qualification de l'effet levier du POIA** en faveur de la valorisation patrimoniale et du développement touristique à l'échelle du territoire ;
- > **Les enjeux / évolutions de contexte à considérer** dans la perspective de la génération 2021-2027, ainsi que les pistes d'amélioration identifiées pour améliorer l'expérience des porteurs de projets et maximiser les retombées du FEDER POIA sur le territoire.

28 entretiens sur 30 ont été réalisées et 10 projets cofinancés par le POIA font l'objet d'une valorisation sous la forme d'une fiche « étude de cas ».

Les pages suivantes rendent compte des témoignages des porteurs de projets interrogés dans le cadre de la phase 3 de l'évaluation et font état tant des grands constats partagés par les acteurs que de certaines situations spécifiques venant nourrir la réflexion sur les réussites et les difficultés rencontrées au titre de la démarche Espaces Valléens et du POIA 2014-2020.

4.2 b - Accompagnement, mise en œuvre, mise en réseau et coopération

« Les modalités d'accompagnement / mise en œuvre du POIA sont-elles satisfaisantes ? Quelles sont les conditions de réussite d'un projet ? »

UNE MAJORITE DE BENEFICIAIRES SATISFAITS DES MODALITES D'ACCOMPAGNEMENT DU POIA

85% des structures bénéficiaires sont « satisfaites » (13) ou « très satisfaites » (9) concernant les modalités d'accompagnement et de mise en œuvre du POIA.

D'un point de vue plus qualitatif, les porteurs de projets ont notamment insisté sur :

- Une bonne qualité d'échanges avec le Commissariat de Massif et les deux Régions impliquées dans le programme (Région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur et Région Auvergne-Rhône-Alpes).

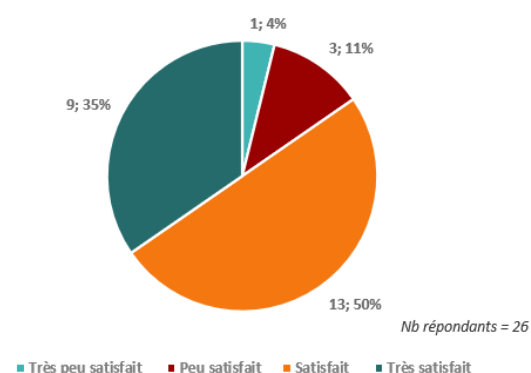
Certains porteurs ont notamment relevé le rôle facilitateur du Commissariat de Massif, mais aussi la qualité de l'accompagnement proposé par les services de l'Autorité de gestion du POI Alpes ;

- Des opportunités financières FEDER-POIA favorisant la réalisation des projets (ex. réhabilitation / aménagement de sites) et des modalités de mise en œuvre plutôt claires en dépit de la complexité administrative inhérente aux fonds structurels.

Malgré une satisfaction globale, des difficultés ponctuelles ont été remontées par les bénéficiaires :

- D'importantes contraintes administratives et un manque d'adaptation possible en fonction des réalités de terrain (Ex. projet « Village d'alpinisme des Ecrins » - Agence de développement des Hautes-Alpes). En outre, des adaptations de la plateforme e-Synergie sont attendues par les structures bénéficiaires pour la génération 2021-2027 (problème de double-saisie, manque de clarté sur le renseignement des indicateurs, ...)
- Un besoin d'ingénierie et d'accompagnement, en ce qui concerne les communes rurales et/ou de faible envergure ou encore les porteurs privés (associations, ...), notamment sur les règles de marchés publics ;
- Un besoin de clarification des demandes de pièces justificatives, d'autant plus important lorsqu'il s'agit de justifier du temps de travail (Ex. dossiers portés par l'Office de Tourisme des Contamines et la Communauté d'Agglomération Provence Alpes) ;
- L'absence d'un suivi par une même personne ressource du projet de sa conception à sa mise en paiement (Ex. dossier porté par le CEN Haute-Savoie).

Niveau de satisfaction des bénéficiaires vis-à-vis de l'accompagnement et de la mise en œuvre du POIA



DES PREMIERES PISTES D'AMELIORATION IDENTIFIEES :

- REDUIRE LES DELAIS DE TRAITEMENT DES DEMANDES D'ACOMPT ET DE SOLDE
- CLARIFIER, DES L'INSTRUCTION DU DOSSIER, LES PIECES JUSTIFICATIVES ATTENDUES,
- AMELIORER L'INTERFACE E-SYNERGIE ET SENSIBILISER LES PORTEURS DE PROJETS A SES FONCTIONNALITES
- MAINTENIR ET RENFORCER LA QUALITE DE L'ACCOMPAGNEMENT ET DU SUIVI, PAR EXEMPLE PAR LA MISE EN PLACE DE FORMATIONS-ACTIONS : CCTP, RESPECT DE LA COMMANDE PUBLIQUE, ETAPES PRINCIPALES EN METHODOLOGIE DE PROJET...
- ASSURER LE SUIVI DU PROJET DE SA CONCEPTION A SA MISE EN PAIEMENT AVEC UNE PERSONNE RESSOURCE DEDIEE

DES FACTEURS DE REUSSITE LIES PRINCIPALEMENT AU PORTAGE POLITIQUE, A LA DYNAMIQUE PARTENARIALE ET A L'ACCOMPAGNEMENT DES PROJETS

Par ailleurs, les porteurs de projets ont mis en évidence les facteurs « décisifs » pour la réussite des projets :

- > **Une adhésion politique autour du projet avec l'association des élus et des différents services concernés** dès la phase de conception ;
- > **La mise en place d'un comité des financeurs**, permettant de coconstruire le plan de financement ;
- > **La réflexion collective autour de la qualité du projet et de sa plus-value pour le territoire.** En effet, plusieurs bénéficiaires sont revenus sur la prise en compte de la pertinence économique et sociétale (viabilité) des projets soutenus. Comme précisé par l'Université Européenne des Saveurs et des Senteurs, le projet doit répondre à un besoin pour le développement et/ou la valorisation du territoire du massif ;
- > **Des échanges réguliers avec les instructeurs sur les dossiers, un accompagnement indispensable et la qualité de l'accompagnement par les services de la Région** de l'élaboration du projet jusqu'à sa mise en paiement.

« Dans quelle mesure avez-vous pu bénéficier / faire bénéficier du réseau d'acteurs / porteurs de projets du massif et/ou d'une dynamique de coopération pour votre projet ? Globalement, êtes-vous satisfait des dynamiques partenariales impulsées par la politique de massif ? »

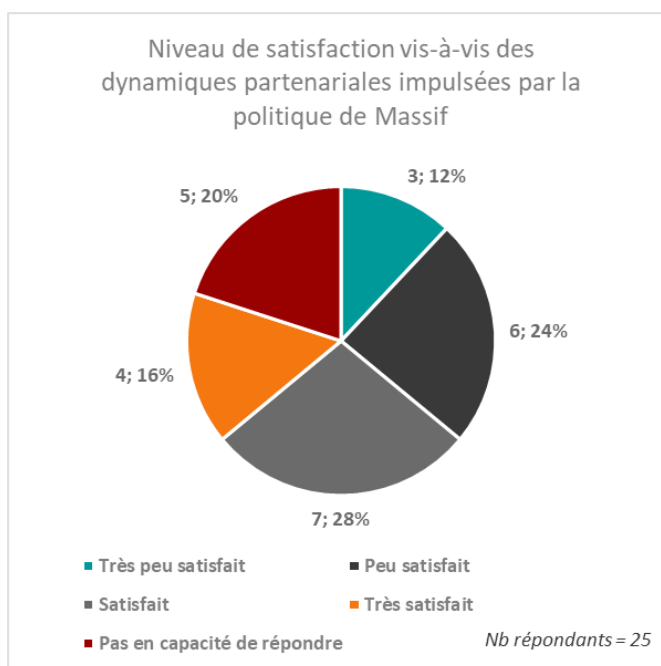
DES PERCEPTIONS TRÈS HÉTÉROGÈNES DES DYNAMIQUES PARTENARIALES IMPULSÉES PAR LA DEMARCHE ESPACES VALLEENS

La perception par les porteurs de projets de la capacité de la politique de massif à impulser une dynamique partenariale en faveur du développement touristique et de la valorisation des patrimoines alpins est très partagée :

- 7 porteurs de projets en sont « très satisfaits » et 4 porteurs de projets « satisfait » (44%) ;
- Mais, 6 sont « peu satisfaits » et 3 « très peu satisfaits » (36%).

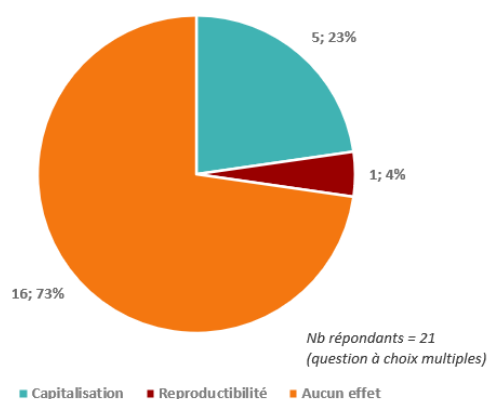
20% des porteurs de projets n'étaient pas en capacité de répondre à cette question.

Plus qualitativement, ces retours expriment une difficulté des porteurs de projets à percevoir l'apport de la politique publique à une échelle globale alors qu'ils l'identifient plus facilement à l'échelle de leur Espace Valléen. Par ailleurs, les porteurs de projets bénéficient de relativement peu d'échanges d'expérience concrets susceptibles d'avoir des impacts directs ou indirects sur le contenu et/ou les orientations de leurs projets ayant été soutenus dans le cadre du POI Alpes sur la génération 2014-2020.



UN EFFET « RESEAU » DU POIA ASSEZ LIMITE POUR LES PORTEURS DE PROJETS

Les effets en matière de mise en réseau et de dynamique de coopération



En continuité, on constate que la plupart des bénéficiaires n'identifient pas d'effet du POIA sur le réseau d'acteurs du massif, ni de dynamique de coopération à l'échelle des projets.

16 porteurs sur les 21 (73%) s'étant exprimés sur cette question témoignent d'une absence d'effet « réseau ».

En revanche, quelques initiatives peuvent témoigner dans des cas spécifiques d'un effet de capitalisation, voire de reproductibilité dans le cas d'un des projets soutenus.

Dans le cas de 5 projets, le programme a néanmoins permis d'après le porteur de projet de capitaliser à partir du réseau d'acteurs du massif.

En guise d'illustration, la création de la Maison de l'Abeille Noire et de la Nature, portée par la commune des Belleville, a fait l'objet d'une présentation en présence d'élus d'autres collectivités dans le cadre d'un événement animé par l'organisme « Cap Rural ».

Au-delà de ce type de présentation/événement, **plusieurs bénéficiaires ont relevé des échanges réguliers avec les référents Espaces Valléens** (ex. échanges avec l'APT¹ pour la commune de Les Belleville pour le projet de la Maison de l'Abeille Noire).



*Le porteur du projet « **Promotion de la destination – Inspiration Vercors** », est revenu sur la tenue de réunions des chefs de projets Espaces Valléens, permettant d'échanger sur les difficultés rencontrées, notamment sur les thématiques de la gouvernance, des mobilités, de la gestion des situations de sur-fréquentation. Ainsi, ce travail de capitalisation mériterait d'être amplifié pour faire bénéficier l'ensemble des acteurs du massif de ces expériences et de l'émergence de compétences nouvelles en matière d'ingénierie sur le territoire.*



L'Espace Valléen Arlysère précise que le bénéfice du réseau d'acteurs s'exprime donc plutôt au niveau de la démarche EV (apport de contenu, boîte à idées), qui apparaît du point de vue de la référente du territoire bien dimensionné, et qui se manifeste par des effets de capitalisation et de reproductibilité des actions en fonction d'expériences éprouvées sur d'autres territoires aux enjeux partagés. Le projet « Tremplin 92 » les a conduits à travailler autour d'un site expérimental de la Maison de l'Outdoor en relation avec des partenaires italiens.

Plusieurs échanges avec les bénéficiaires soulignent que **le POI Alpes et la démarche EV ont permis de réfléchir à l'échelle de territoire de projets**, et non plus dans une simple logique de périmètre administratif.

A titre d'exemple, la Communauté d'agglomération Provence-Alpes Agglomération (CA P2A) observe que le projet « Programme d'aménagement d'un réseau de sites de l'UNESCO Géoparc de Haute-Provence » a permis de « créer des rapprochements entre territoires qui perdurent » et « d'aller plus loin entre techniciens de différents territoires ». En lien avec ce projet, les géologues du Sisteronnais et de Digne-les-Bains se sont mis à travailler ensemble, ce qui apparaît désormais comme une vraie richesse pour le territoire.

DES PREMIERES PISTES DE REFLEXION :

- IL POURRAIT ETRE PERTINENT D'ENVISAGER DE RENFORCER L'EFFET DE CAPITALISATION SUR DES THEMATIQUES OU L'ECHANGE D'EXPERIENCE POURRAIT PERMETTRE D'ACCOMPAGNER DES PROJETS DE QUALITE ET DE RENFORCER LA COHERENCE DE L'OFFRE TOURISTIQUE. PAR EXEMPLE, UN RAPPROCHEMENT DES CHARGES DE MISSION DES EPCI AUTOUR DES ACTIVITES DE PLEINE NATURE S'AVERERAIT PERTINENT (CF. ENTRETIEN C.C. SERRE-PONÇON).
- FAVORISER LE PARTAGE D'EXPERIENCE ENTRE PORTEURS DE PROJETS : CREER DES OPPORTUNITES DE RENCONTRES (VISITES DE PROJETS, SEMINAIRES...) ET DIFFUSER LES PROJETS (TYPOLOGIES, OBJECTIFS, METHODES...) POUR LES PORTER A CONNAISSANCE DE CEUX QUI POURRAIENT ETRE INTERESSES
- MIEUX COMMUNIQUER SUR LE PROGRAMME AUPRES DU SECTEUR PRIVE

¹ APTV : Assemblée du Pays Tarentaise Vanoise – territoire Espace Valléen sur les générations de programmes 2014-2020 et 2021-2027, dont relèvent les projets de la commune de Les Belleville dans le domaine des Trois Vallées en Savoie.

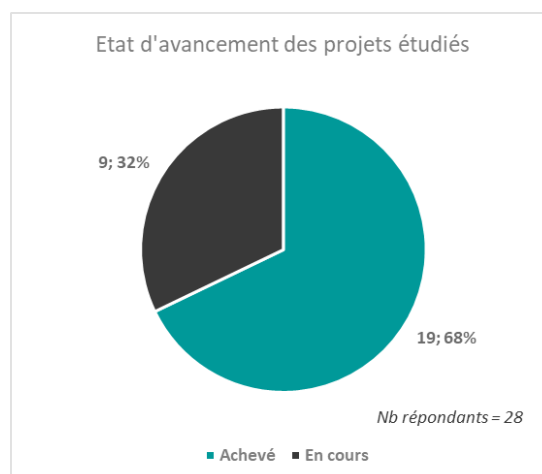
4.2 c - Votre projet, ses effets et la plus-value du POIA

Présentation de l'échantillon de projets étudiés et de leur niveau d'avancement

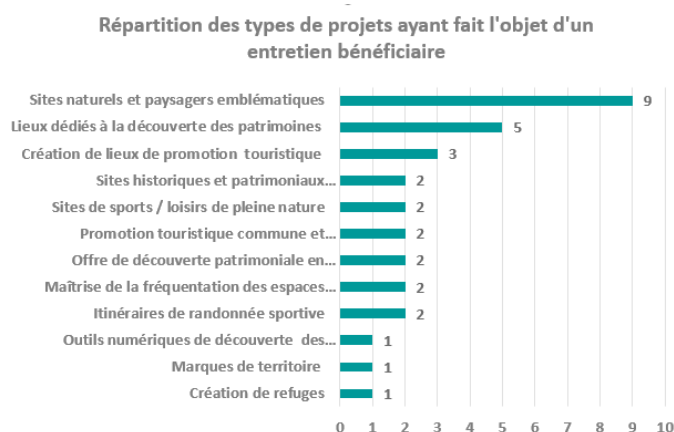
DES PROJETS ETUDIÉS POUR LA PLUPART ACHEVÉS OU EN COURS D'ACHEVEMENT PHYSIQUE

Pour rappel, **28 porteurs de projets ont pu être interrogés** (représentant 32 dossiers programmés au titre du POIA¹).

Parmi les répondants, **plus de 2/3 des projets étudiés sont achevés** (19 opérations) et 1/3 sont encore en cours (9).



PAR TYPE DE PROJET : 12 TYPES DE PROJETS SUR 17 REPRESENTES, UNE FOCALISE SUR LES SITES NATURELS ET PAYSAGERS



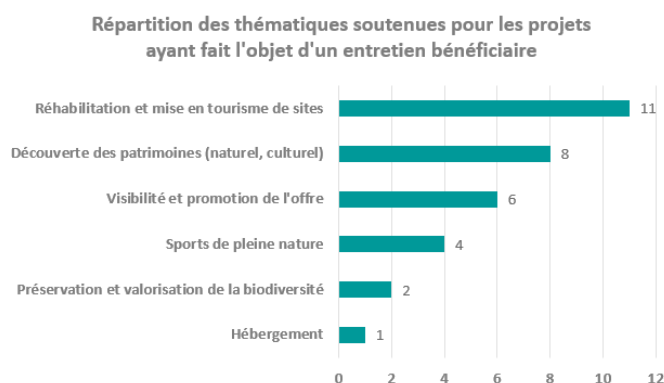
Au regard de la typologie conçue par l'équipe Teritéo-Ethicalia dans le cadre du bilan de réalisations, **12 types de projets** (typologie finale) **sont représentés dans l'échantillon étudié** dans le cadre des entretiens bénéficiaires. Un type de projet est particulièrement représenté (9 dossiers) : il s'agit de la **réhabilitation de sites naturels et paysagers emblématiques**, qui rassemblent en effet **les projets les plus structurants** soutenus dans le cadre du POIA sur la génération 2014-2020.

Par ailleurs, on retrouve en 2nde position **les lieux dédiés à la découverte des patrimoines (5)**, puis **la création de lieux de promotion touristique (3)**. Les autres types de projets sont représentés par 1 à 2 projets : sites historiques et patrimoniaux emblématiques, sites de sports / loisirs de pleine nature, promotion touristique commune et harmonisée, outils numériques de découverte des patrimoines, offre de découverte patrimoniale en promenade, marques de territoire, maîtrise de la fréquentation des espaces naturels, itinéraires de randonnée sportive, création de refuges.

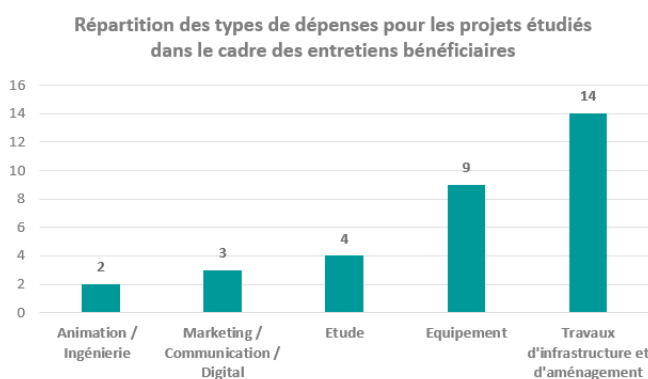
¹ En effet, la **Cinémathèque d'images de montagne** porte deux dossiers FEDER POIA ayant fait l'objet d'une attention particulière dans le cadre des travaux : « 10S1-2015 – Valorisation du patrimoine audiovisuel alpin » (PA0000736) et « Ouverture de la Cinémathèque de montagne au public – Rénovation de l'usine Badin à Gap » (PA0014859). En parallèle, le projet de réhabilitation du Mont Ventoux renvoie à trois dossiers distincts : « 10S1-2016 – Programme de réhabilitation du sommet du Mont-Ventoux Phase 1 : Etudes pré opérationnelles » porté par le **syndicat mixte du PNR du Mont-Ventoux**, « Travaux de réhabilitation du Mont Ventoux » (PA0020153) et « Travaux de restauration et de valorisation des patrimoines naturels et culturels – année 2 » (PA0027411), portés par le **Département de Vaucluse**. Enfin, la Régie d'aménagement et de gestion du PNR du Verdon, puis le Syndicat mixte du PNR du Verdon ont porté deux dossiers étudiés dans le cadre de la requalification globale du Point Sublime / Couloir Samson (Rougon) : « Phase 1 concours sur esquisse et maîtrise d'œuvre » (PA0005413) et « Phase 2 : travaux » (PA0020111).

A partir de l'analyse des opérations étudiées (32 dossiers), six thématiques¹ sont couvertes :

- > **Réhabilitation et/ou mise en tourisme de sites emblématiques** (11)
- > **Découverte des patrimoines** (naturels, culturels) (8)
- > **Mise en visibilité et promotion de l'offre** (6)
- > Développement d'une offre sportive, de pleine nature (4)
- > Préservation et valorisation de la biodiversité (2)
- > Hébergement (1)



DE NOMBREUX PROJETS D'INFRASTRUCTURE OU D'EQUIPEMENT PARMIS LES DOSSIERS INVESTIGUES



Enfin, l'analyse des types d'opérations² (nature des dépenses) met en évidence le soutien par le FEDER POIA de **cinq types d'opérations différents**. Parmi ces dossiers, deux types de projets ressortent plus particulièrement : **les travaux d'infrastructure et d'aménagement** (14 dossiers) et **les équipements** (9 dossiers).

En conclusion, il convient de considérer que l'échantillon de projets étudiés de manière plus approfondie dans le cadre d'entretiens et / ou d'études de cas auprès des bénéficiaires présente :

- > Une **bonne diversité de types de projets** (12) au regard de la typologie en 16³ types, établie par Teritéo à l'appui des typologies préexistantes, et **notamment les plus représentées en nombre dans la population mère** (les 160 des 171 projets POIA programmés) ;
- > Les **4 types non représentés** (Liaison de mobilité douce et patrimoniale, Outils numériques de promotion touristique, Projet global d'activités / itinéraires de sport de pleine nature, Grandes itinérances) **ne totalisent que 11 dossiers** soit environ 7% du total ;
- > Une **surreprésentation des projets les plus structurants** notamment autour de la réhabilitation des sites emblématiques des massifs alpins, de la création de lieux dédiés à la découverte des patrimoines ou encore de lieux de promotion touristique **doit néanmoins être soulignée** ;

¹ Sur la base de l'analyse des thèmes des opérations – Bilan des réalisations / « Thème de l'opération 1 »

² Sur la base de l'analyse des types d'opérations – Bilan des réalisations / « Type de l'opération 1 »

³ Le type « Ingénierie et animation des espaces valléens » n'est pas comptabilisé ici car ciblant du fonctionnement, il est traité en transversalité dans l'évaluation.

- > Une **surreprésentation des projets localisés au sein des départements les plus au sud du massif alpin** (20 / 28), **parfois moins concernés par l'enjeu de développement de l'offre estivale que par celui d'un tourisme toute saison.**

Sur la base de ces éléments, nous vous proposons dans les pages suivantes, une 1^{ère} approche, à la fois quantitative à l'échelle de l'échantillon et illustrative à l'appui des projets étudiés, résultats, effets et impacts observés ou attendus des opérations cofinancées dans le cadre du programme opérationnel interrégional FEDER Alpes 2014-2020.

Retour sur les principales retombées directes et indirectes des projets étudiés

Pour rappel, lors de l'enquête auprès des bénéficiaires, il leur était demandé de répondre à la question ci-dessus pour les 8 types de résultats / effets listés dans le tableau ci-dessous pour le projet soutenu par le POIA sur leur territoire.

DES RETOMBÉES FORTES SUR LA VALORISATION DES PATRIMOINES ET DE L'OFFRE TOURISTIQUE DESAISONNALISÉE

Rappel de l'échelle de notation : [1 - Très faible / 2 - Faible / 3 - Forte / 4 - Très forte]

Types d'effets et impacts	Note moyenne
Valorisation et préservation des patrimoines naturels et culturels	3,48 / 4
Structuration et visibilité de l'offre touristique	3,08 / 4
Développement du tourisme désaisonnalisé	3,02 / 4
Développement du tourisme estival	2,87 / 4
Structuration d'un réseau / dynamique de coopération	2,84 / 4
Structuration et organisation des acteurs de l'écosystème touristique / territorial	2,82 / 4
Développement d'une offre de découverte itinérante, sportive, de loisirs	2,71 / 4
Valorisation des savoir-faire locaux	2,56 / 4

Tout d'abord, **l'essentiel des types d'impacts identifiés rendent compte d'une intensité plutôt forte** concernant les projets étudiés dans le cadre des entretiens bénéficiaires, et ayant fait l'objet pour 10 d'entre eux d'une valorisation au format « étude de cas ».

Pour autant, l'intensité de trois types d'impacts semble plus marquée, selon les porteurs de projets :

1. **La valorisation et préservation des patrimoines naturels et culturels** (forte à très forte : 3,48 / 4) ;
2. **La structuration et visibilité de l'offre touristique** (forte : 3,08 / 4) ;
3. **Le développement du tourisme désaisonnalisé** (forte : 3,02 / 4).

L'équilibre entre les types d'impacts mis en avant apparaît relativement similaire par rapport aux entretiens conduits auprès des référents Espaces Valléens.

Nota : Les effets sur la structuration et l'organisation des acteurs de l'écosystème touristique et sur la structuration d'un réseau et d'une dynamique de coopération, sont moins fortement identifiés car ils renvoient plus aux actions d'ingénierie et d'élaboration de stratégie / plan d'actions, absentes de l'échantillon étudié car n'étant pas directement portées par les bénéficiaires et / ou déjà traitées dans le cadre des entretiens EV.

Le développement d'un tourisme estival ressort ici de manière moins affirmée que le tourisme en toutes saisons.

Comme évoqué lors de l'analyse de l'échantillon de projet étudié, ceci s'explique principalement par le fait que certains bénéficiaires, notamment dans les Alpes du Sud, surreprésentés ici, disposaient d'ores-et-déjà d'équipements et d'infrastructures favorables à la promotion d'une offre touristique sur la saison d'été (juillet-août) et que ces territoires se tournent donc plus vers un tourisme « 4 saisons » pour promouvoir une offre tout au long de l'année, sous couvert de conditions d'accès favorables en fonction des sites.

Nota : Cette sous-partie de la synthèse intègre des éléments relatifs aux échanges avec les référents Espaces Valléens, en complément des éléments issus des entretiens « bénéficiaires finaux ». Le cas échéant, un pictogramme permet d'identifier les constats relevant des entretiens EV ou porteurs de projets :



Entretien référent EV



Entretien bénéficiaire

UN ROLE DETERMINANT DU POIA POUR LA VALORISATION DES PATRIMOINES

La **valorisation des patrimoines naturels et culturels** a été identifiée dans le cadre des entretiens EV et bénéficiaires comme **le principal effet** pouvant être **attendu ou observé**¹ au sein de la **matrice d'impacts** proposée par l'équipe en charge de l'évaluation.

Cet impact apparaît particulièrement marqué pour les projets de **réhabilitation de sites naturels et paysagers emblématiques** (Col de l'Iseran, Mont-Ventoux, Point Sublime / Couloir Samson, ...) ou encore pour les **lieux dédiés à la découverte des patrimoines** (Maison de l'Abeille Noire et de la Nature, musée de l'Herboristerie et de la lavande de la Montagne de Lure, Cinémathèque de montagne, ...), qui représentent près de la moitié des dossiers de l'échantillon (14 dossiers sur 32).



*A titre d'exemple, le projet de **création de la Maison de l'Abeille Noire et de la Nature** (Mellifera), porté par la commune de Les Belleville, a mis en valeur le hameau des Bruyères et mis un coup de projecteur sur la zone de protection du biotope et le plan d'eau des Belleville. Le musée constitue **un outil adapté pour valoriser le patrimoine naturel local**.*

¹ Note moyenne de 3,48 / 4 – Entretiens bénéficiaires, note moyenne de 3,44 / 4 – Entretiens EV

Ci-dessous, une vignette retrace les réalisations du projet de requalification globale du Point Sublime / Couloir Samson / Rougon, un projet emblématique de la génération 2014-2020 avec un impact majeur sur la valorisation patrimoniale de ce site naturel du PNR du Verdon : évolution des modes de découverte, amélioration du confort de visite, canalisation des flux de visiteurs, embellissement du site, médiation environnementale.

Requalification globale Point Sublime / Couloir Samson (Rougon)

LE PROJET : Site emblématique des Gorges du Verdon, parmi les plus fréquentés, **le Point Sublime était aussi un site dégradé qui n’offrait pas une découverte à la hauteur de son image.** Le projet visait à le « réparer » par des aménagements adaptés afin de faire **évoluer les modes de découverte, de proposer un confort de visite, tout en canalisant les flux** pour réduire les impacts de piétinement et d'érosion et **permettre au plus grand nombre de bénéficier d'une expérience de visite** digne de l'imaginaire véhiculé par ce site emblématique.

Les REALISATIONS et RESULTATS : Modification du carrefour giratoire et des arrêts de bus ; création d'arrêts navette et cheminements ; création de stationnement ombragé, végétalisé et intégré (70 places) ; mise en place d'un accès payant courte durée ; création d'une petite maison de site ; requalification du belvédère ; réalisation des cheminements menant à la maison de site et au belvédère ; installation d'équipements d'interprétation et de découverte ; création d'une zone de stationnement payante à la journée en été ; réalisation d'une zone d'accueil avec toilettes sèches ; mise en place d'une barrière sur la route départementale pour sa fermeture en période estivale.

LES CHIFFRES CLES

	1 million de visiteurs chaque année
	2 millions d'euros de budget total
	1 259 430 € dont
	516 831.20 € FEDER

Les SUITES et PERSPECTIVES : Ces aménagements répondent aux attentes des visiteurs et aux critères d'intervention en site classé. Le Parc assure la gestion du site : Le paiement des stationnements doit permettre de financer l'entretien, la gestion et l'accueil. Ce **projet de développement qualitatif**, et non quantitatif, doit à terme déployer une **médiation environnementale de grande qualité** (financement LEADER), qui, bien qu'elle ne représente que 3% du budget globale, reste l'un des **axes essentiels du projet pour le Parc.**



AVANT



APRES

Une part significative des projets visent **le développement d'une offre de tourisme estival dans une logique de diversification des activités touristiques**, notamment pour les territoires alpins situés au nord du massif dont l'activité touristique était jusqu'à présent fortement dépendante de la saison hivernale.

Pour les entretiens bénéficiaires, la note moyenne concernant le développement du tourisme estival s'élève à 2,87 / 4, un **niveau plutôt fort** mais avec des **notes hétérogènes** en fonction des projets concernés. Comme déjà évoqué, **20 projets sur 28 étant localisés au sein des départements les plus au sud du massif** (26, 84, 05, 04, 06), ils ne visent pas nécessairement le développement d'une offre de tourisme estival mais plutôt **une meilleure répartition de la fréquentation en période de pic afin de contribuer à modérer le phénomène de sur fréquentation des sites les plus attractifs et mieux valoriser l'ensemble du territoire**.



Les référents EV, qui se sont positionnés sur la quasi-intégralité des projets soutenus par le FEDER **considèrent plus fortement l'impact** du programme **sur le développement du tourisme estival** que les porteurs de projets (note moyenne de 3,33 / 4, soit une intensité forte à très forte).



*Par exemple, la réhabilitation du sommet du Mont-Ventoux ne devrait pas entraîner une fréquentation plus importante en été. Le site est d'ores-et-déjà très fréquenté, et de manière d'autant plus conséquente lors du passage du Tour de France. Il s'agit ici plutôt de **faire évoluer le mode de visite** (avec un cheminement) et **d'augmenter le temps de visite au sommet**. En effet, une étude (2013) citée par le porteur indique un temps de visite au sommet du Mont-Ventoux de 20 minutes en moyenne.*

*Par ailleurs, dans le cas du projet de **création d'une maison de produits de pays à Castellane**, la Communauté de communes Alpes Provence Verdon (CCAPV) « Sources de lumière » ne vise pas une croissance de la fréquentation estivale. Castellane est la porte d'entrée des Gorges du Verdon, **un site naturel exceptionnel qui fait face à des phénomènes de sur-fréquentation en période estivale**. L'objectif du projet est plutôt **d'orienter ces flux touristiques vers les circuits courts et d'accompagner l'étalement de la saison touristique sur les ailes de saison**.*

Certains projets ont un impact non-négligeable sur la fréquentation touristique :



-**La réhabilitation de l'abbaye de Boscodon** a bénéficié fortement à la fréquentation du site, avec l'organisation de visites guidées et de concerts et son espace muséographique, qui **accueille entre 10 000 et 12 000 visiteurs par an** avec une **fréquentation plus importante sur la période estivale**, profitant notamment de la proximité du lac de Serre-Ponçon.



-**L'aménagement et la valorisation des gorges d'Ubrieux** (Mairie de Buis-les-Baronnies) a par exemple permis de mieux canaliser les touristes et de permettre à un niveau de fréquentation plus élevé en été.

-Pour le Parc Naturel Régional du Verdon (bénéficiaires et Espaces Valléens), les retombées du projet de « Requalification globale Point Sublime / Couloir Samson » en termes de développement du tourisme estival sont importantes si l'on considère que le résultat observé et/ou attendu est **qualitatif et non pas quantitatif**. L'objectif principal du projet est **d'améliorer l'expérience des visiteurs tout en préservant le patrimoine naturel et paysager**.

Concernant le développement d'un tourisme désaisonnalisé, **les situations apparaissent hétérogènes, avec des disparités entre les Alpes du Nord et les Alpes du Sud et eu égard aux contraintes climatiques**, notamment pour les sites de moyenne et de haute-montagne situés au nord du Massif alpin (voir encadré sur le col de l'Iseran).

Le **niveau d'intensité de l'impact sur le développement du tourisme désaisonnalisé est fort**¹. Une diversité de projets participe pleinement au développement d'un tourisme en toutes saisons dans le Massif des Alpes :

- **Les lieux dédiés à la découverte des patrimoines** : Ex. musée de l'Herboristerie et de la lavande de la montagne de Lure ;
- **La création de lieux de promotion touristique** : Ex. Création de l'Espace Montagne et Olympisme. Il est à noter que ce type de projet offre des perspectives touristiques à Albertville en dehors de la saison hivernale, mais aussi une alternative en hiver et sur les « ailes de saison » pour les familles lorsque les conditions météorologiques ne sont pas favorables à la pratique d'activités de plein air ;
- **Les itinéraires de randonnée sportive** : Ex. Aménagement et entretien de circuits VTT de l'Embrunais Savinois, refonte des topo-guides et développement du numérique (traces GPS) ;
- **Les offres de découverte patrimoniale en promenade** : Ex. Les chemins du patrimoine : valorisation d'un parcours de découverte – commune de Cabrières d'Aigues ;
- **Les sites de sports / loisirs de pleine nature** : Ex. Travaux de réhabilitation du centre équestre de la vallée de l'Ubaye – commune d'Uvernet-Fours ou encore la construction de l'itinérance en VTT à assistance électrique à la découverte de paysages d'exception sur le territoire de la Métropole de Nice ;
- **La réhabilitation des sites naturels et paysagers emblématiques** : concernant cette typologie de projets, le développement du tourisme désaisonnalisé apparaît fortement dépendant de la situation géographique et climatique du projet. Mais trois projets sont susceptibles de développer le tourisme sur les « ailes de saison » : le Point Sublime / Couloir Samson (Rougon), Mont-Ventoux, aménagement du réseau de sites UNESCO Géoparc de Haute-Provence.

Des climats plus ou moins favorables au développement d'activités sur 4 saisons

A contrario, si l'objectif pour la plupart des projets et des territoires est **d'étaler le plus possible la saison touristique dans le temps et dans l'espace, certains sont contraints par les conditions climatiques**. A titre d'exemple, le Col de l'Iseran ne peut être fréquenté en hiver et une partie des ailes de saison (mars/avril, octobre/novembre), en raison de l'enneigement. A contrario, les circuits VTT de l'Embrunais-Savinois (Communauté de communes de Serre-Ponçon) s'étalent en fonction de leur praticabilité même si la plupart des parcours sont arpentés par des pratiquants presque tout au long de l'année (des parcours difficilement praticables en hiver, hormis à proximité du plan d'eau lorsqu'il est déneigé).

¹ Note moyenne de 3,02 / 4 – Entretiens bénéficiaires ; Note de moyenne de 3,13 / 4 – Entretiens EV



Sur la période 2014-2020, le POIA a soutenu l'élaboration des stratégies de développement touristique et a cofinancé le poste de référent Espace Valléen pour chacun des territoires EV. Pour l'ensemble de ces dossiers, les chargés de mission considèrent que **l'intervention a eu un impact très fort sur la mise en réseau et l'impulsion d'une dynamique de coopération à l'échelle des territoires et plus largement du massif**. Si l'on analyse les notations des référents EV concernant l'ensemble des dossiers programmés, la **note moyenne sur cet item atteint 3,20 / 4, soit une intensité forte à très forte**.

En outre, **le maintien de la candidature de la grande majorité des territoires EV pour la génération 21-27 atteste de la reconnaissance de l'intérêt de la politique pour les territoires**, sachant que le FEDER POIA ne cofinancera plus l'ingénierie touristique dans le cadre de la nouvelle programmation¹.



Pour autant, si les structures bénéficiaires confirment que la plupart des actions soutenues **contribuent à une dynamique de coopération et à la mise en réseau**, l'intensité de cet impact apparaît **moins marquée à l'échelle des 28 projets étudiés** (2,84 / 4). Ceci s'explique notamment du fait de l'éloignement des porteurs de projets des temps d'échanges et de retour d'expérience mis en place dans le cadre de la démarche Espaces Valléens et de la politique de Massif. Le plus souvent, les porteurs de projets qui sont également territoires Espaces Valléens, insistent plus fortement sur cette dimension.

Peut néanmoins être cité ici en exemple, le projet de mise en œuvre de mesures de gestion de la fréquentation des sites « pilotes » via le dispositif « Ambassadeurs du Parc » porté par la PNR des Préalpes d'Azur, assez atypique. Les **ambassadeurs assurent une présence active du Parc sur l'ensemble du territoire et quasiment toute l'année**. Cela **crée les conditions favorables à une coopération** formelle ou informelle **entre les acteurs** : PNR, socioprofessionnels, habitants, visiteurs (*voir vignette « projet » en page suivante*).

¹ En effet, l'Etat sera l'unique cofinancier des dossiers en ingénierie sur la génération 2021-2027. Seront soutenus les nouveaux territoires Espaces Valléens ou certains Espaces Valléens aux besoins forts en ingénierie (cf. catégorie 3 - classification des EV).

Mise en œuvre de mesures de gestion de la fréquentation des sites pilotes » via le dispositif « Ambassadeurs du Parc »



LE PROJET : Le dispositif Ambassadeurs a été créé pour répondre à la problématique des **conflits d'usages sur le territoire du PNR des Préalpes d'Azur engendrée par le développement des activités de pleine nature et la présence de l'activité pastorale**. Cette recherche permanente de l'équilibre fragile entre valorisation, préservation et développement local est l'essence même de la mission tourisme du Parc. **Véritables éco-gardes**, les ambassadeurs sont des agents du Parc qui ont des missions importantes et diversifiées sur les sites fréquentés et à enjeux : La sensibilisation du public, les suivis et comptages de fréquentation, les rencontres avec les professionnels et les habitants, les formations/animation et l'éco-veille et la récolte de données naturalistes.



LES CHIFFRES CLES



600 acteurs (élus, professionnels...) en moyenne rencontrés chaque année

9 500 personnes du grand public sensibilisées en 2019

32 902 personnes du grand public sensibilisées depuis 2011



187 500 € dont **93 750 € FEDER** Soit **50%**

Les REALISATIONS et RESULTATS : Au-delà des rencontres et des sensibilisations, l'un des résultats parmi les plus visibles est la **campagne de communication qui vise à promouvoir des gestes simples, à travers des messages positifs, adaptés à des réalités vécues**. Grâce au dispositif ambassadeurs, cette campagne est aussi le fruit d'un travail concerté avec une diversité d'acteurs locaux : les communes du territoire, les acteurs économiques et touristiques, mais aussi en associant des représentants du pastoralisme.

Les SUITES et PERSPECTIVES : Avec la crise sanitaire, une **nouvelle fréquentation par des publics qui ne connaissent pas les codes de la montagne a amplifié les phénomènes déjà connus et les risques de conflits d'usage se sont amplifiés**. Le Parc compte sur ses ambassadeurs pour apporter une réponse adaptée à cette nouvelle situation.

La structuration et l'organisation des acteurs de l'écosystème touristique constitue également le résultat attendu de certains projets, avec une intensité « moyenne » à « forte » relevée par les bénéficiaires et les référents EV¹.

Dans le cadre des opérations soutenues, cet effet de structuration / organisation a pu se concrétiser par différents moyens. D'une part, certains projets ont entraîné une collaboration avec d'autres acteurs publics locaux et/ou des offices de tourisme, afin de les rendre plus visible et de les valoriser. C'est par exemple le cas du projet « Les chemins du patrimoine : valorisation d'un parcours de découverte », porté par la commune de Cabrières d'Aigues. D'autre part, d'autres initiatives ont permis de structurer/organiser les acteurs de l'écosystème touristique au regard de leur caractère « unique » et « innovant » à différentes échelles (ex. Cinémathèque d'images de montagne à Gap – un projet unique sur le territoire fédérant les acteurs et désormais connu des spécialistes en Italie et dans d'autres pays). Enfin, des opérations ont pour objectif principal la structuration et l'organisation des acteurs du tourisme autour d'une activité spécifique pour laquelle un potentiel de développement a été identifié (ex. alpinisme).

La vignette « projet » présentée en page suivante met en évidence le projet « Village d'Alpinisme des Ecrins », une opération portée par l'Agence de Développement des Hautes-Alpes (ADHA), ayant donné lieu à des rencontres entre élus, professionnels du tourisme et de l'alpinisme, à l'organisation d'événements « grand public », à des formations des acteurs du tourisme et de l'alpinisme ou encore à un « éductour » en Autriche.

¹ Note moyenne de 2,82 / 4 – Entretien bénéficiaires ; Note moyenne de 3,17 / 4 – Entretiens référents EV

Villages d'Alpinisme des Ecrins



LE PROJET : Le concept de Villages d'alpinisme mêle les activités de montagne à l'histoire, la culture et la préservation de l'environnement, le tout au service du développement de l'attractivité des villages. Loin du tourisme de masse, l'idée est de proposer au grand public des séjours et des offres touristiques en lien avec la caractéristique de haute montagne des villages. L'objectif est de **renforcer l'attractivité du massif des Ecrins en valorisant les grands sites d'accueils et les communes portes d'entrées du Parc**. Le principe directeur est de reconnaître la haute montagne et l'activité d'alpinisme comme un **véritable vecteur de développement économique et touristique du massif** en le rendant **plus accessible auprès du grand public et notamment des jeunes**. Ce sont 5 villages, associés à un ou plusieurs sites emblématiques, qui deviendront donc des Villages d'alpinisme.



LES CHIFFRES CLES :

76 acteurs (élus, professionnels...) présents à la 1ère rencontre en 2021



224 personnes du grand public ont bénéficié des « évènements découverte » pendant l'été 2021

3 sujets parus sur géo.fr et 1 podcast



724 915 € dont

Les REALISATIONS et RESULTATS : Le projet est en cours. Il est programmé sur 2 ans : 2021/2022. **Dès la 1ère année près de 50% des actions prévues dans le plan d'actions ont été déclenchées ou réalisées sur les 5 axes du plan d'actions** parmi lesquels : l'« éductour » en Autriche, l'étude diagnostic & prospective paysagère architecturale, les rencontres, réunions et formation des acteurs du tourisme et de l'alpinisme, l'édition d'un ouvrage...

Les SUITES et PERSPECTIVES : La suite du plan d'action sera mise en œuvre jusqu'à la fin décembre 2022. Au regard de la satisfaction du pilote et des parties prenantes, une suite plus orientée sur des actions d'investissements pour conforter la dynamique sur les Villages d'alpinisme des Ecrins est envisageable.

D'après les porteurs de projets, la **structuration et la visibilité de l'offre touristique** émergent comme le **2^{ème} impact en termes d'intensité**, avec une note moyenne de 3,08/4. Neuf structures bénéficiaires ont évalué que la contribution de leur projet sur ce type d'effet était très forte : OT Champsaur et Valgaudemar, CA Provence Alpes, C.C. de Serre-Ponçon, PNR du Verdon, abbaye de Boscodon, ...



La structuration et la visibilité de l'offre constitue même l'objet d'un des projets soutenus (digital, accueil hors les murs, ...) : il s'agit du projet « Structurer un accueil touristique de qualité pour valoriser le patrimoine culturel et naturel du territoire », porté par l'Office de tourisme du Champsaur & Valgaudemar.

Dans la même optique, le programme d'aménagement porté par Provence Alpes Agglomération a pour objectif l'amélioration de la qualité de l'offre et de la visibilité de l'UNESCO Géoparc de Haute Provence : aménagement, rénovation et sécurisation de plusieurs sites, équipement des nouveaux sites en outils d'interprétation, extension de la signalisation routière et harmonisation de la signalétique. Ce projet a notamment permis de qualifier en tant que « géosites » des sites existants, de les valoriser en réfléchissant aux moyens d'améliorer l'expérience de visite des clientèles, mais aussi de construire une marque territoriale Haute-Provence autour du concept de Géoparc.

UN EFFET DU POIA SUR LE DEVELOPPEMENT D'UNE OFFRE DE DECOUVERTE ITINERANTE, SPORTIVE OU DE LOISIRS

L'effet du programme en faveur d'une offre de découverte itinérante, sportive ou de loisirs, même si elle est plus en retrait, en partie du fait du ciblage de l'échantillon de projet étudié, est identifié avec une note moyenne 2,71 sur 4 (à partir des retours des bénéficiaires).

Il est ciblé sur certains types de projets de manière directe ou indirecte :

- **Les itinéraires de randonnée sportive** : aménagement et entretien de circuits VTT de l'Embrunais-Savoinois – Communauté de communes Serre-Ponçon, construction de l'itinérance en VTT à assistance électrique à la découverte de paysages d'exception – Métropole Nice Côte d'Azur ;
- **L'offre de découverte patrimoniale en promenade** : les chemins du patrimoine : valorisation d'un parcours de découverte – commune de Cabrières d'Aigues, rando nature dans les réserves naturelles du Pays du Mont-Blanc (réalisation d'un outil numérique) – ASTERS CEN de Haute-Savoie
- **La création de refuges** : reconstruction d'une ancienne maison d'alpage : création du refuge du Pic du Mas de la Grave – SARL DLC POLYTE
- **Les sites naturels et paysagers emblématiques** : aménagement et valorisation des gorges d'Ubrioux – Mairie de Buis-les-Baronnies
- **La création de lieux de promotion touristique** : création de l'Espace Montagne & Olympisme – CA Arlysère
- **La réhabilitation du centre équestre de la vallée de l'Ubaye** : réhabilitation du centre équestre - Commune d'Uvernet-Fours



Figure 1: Le refuge d'été – Site internet du Pic du Mas de la Grave

Des projets cofinancés par le FEDER POIA visent directement le développement d'une offre sur le territoire avec une focale autour de **la pratique des activités de pleine nature et des activités de loisirs à destination d'une clientèle familiale. Mais aussi, d'autres projets valorisent cette offre sans en proposer la pratique.**



C'est par exemple le cas de **l'Espace Montagne & Olympisme**, qui ne met pas à disposition des infrastructures pour la pratique, mais dont la découverte d'une offre sportive de pleine nature est le cœur du projet avec la promotion de plusieurs disciplines (ski, bobsleigh, ...).



Cette offre de découverte voit également le jour au travers de l'élaboration d'outils numériques (ex. projet Rando nature – vignette ci-dessous).

Rando nature dans les réserves naturelles du Pays du Mont Blanc réalisation d'un outil numérique

LE PROJET: Les espaces naturels de haute montagne sont soumis à la pression touristique, qui a un impact sur l'équilibre des écosystèmes. L'enjeu pour **le conservatoire des espaces naturels de Haute-Savoie et les collectivités** est de réussir à sensibiliser les touristes et valoriser les patrimoines. Pour y parvenir, Aster, le conservatoire d'espace naturel de **Haute Savoie**, a élaboré à partir de 2018 et a lancé en 2022 l'application « **Rando Nature** ».

Cette application est conçue pour le grand public, les socio-professionnels du tourisme et répond à une double finalité :

- Sensibiliser les usagers à la fragilité de ces espaces et paysages
- Valoriser les patrimoines et leur caractères exceptionnels

La plateforme joue le rôle de **boîte à outil** pour les usagers et acteurs du tourisme de l'espace valléen et du massif.

Les REALISATIONS et RESULTATS : Le site Rando Nature a fait l'objet de **4 000 visites début 2022 tandis que l'application a été téléchargée près de 800 fois. Une vingtaine d'itinéraires de randonnées** (en *open source*) sur les deux réserves naturelles (Passy et Contamine- Montjoie) sont accessibles. 200 points d'intérêts, avec des rubriques multithématiques (faune, flore, patrimoine naturel...), sont disponibles et permettent de sensibiliser les usagers aux caractères exceptionnels et à la fragilité des milieux.



Figure 2: Site internet Rando Nature Haute-Savoie

LES CHIFFRES CLES :



4 000 visiteurs sur le site internet début 2022



800 téléchargements de l'application

106 k€ dont

53 k€ FEDER

Les SUITES et PERSPECTIVES : L'application va être étendue à d'autres réserves et site naturel de Haute Savoie. Par ailleurs, de nouvelles thématiques vont être intégrées à l'outil Rando Nature. La traduction en anglais du site internet et de l'application est également envisagée.

En revanche, les échanges conduits auprès des structures bénéficiaires ont mis en évidence, en cohérence avec la vision plus exhaustive recueillies référents auprès Espaces Valléens, **une intervention plus limitée sur la valorisation des savoir-faire locaux**¹. Pour autant, plusieurs projets témoignent d'un impact très fort sur cet item.



A titre d'exemple, les escaliers menant au château ont été réaménagés dans le cadre du projet « **Les chemins du patrimoine** », porté par la commune de Cabrières d'Aigues. Ces travaux ont été réalisés en faisant appel à une entreprise locale spécialisée dans la pose de calades². Deux classes de l'école municipale ont participé à la pose de ces pierres afin de faire connaître et de transmettre le savoir-faire local et de susciter des vocations.



Illustration : Restauration des escaliers du château, commune de Cabrières d'Aigues

La valorisation des savoir-faire locaux, un objectif secondaire mais présent dans certains dossiers

La valorisation des savoir-faire locaux est parfois intégrée au projet sans en constituer pour autant un objectif affirmé. Par exemple, le projet de requalification globale du Point Sublime / couloir Samson prévoyait dès sa conception la construction de murs en pierres sèches. Alors que le site est déjà réouvert au public, la valorisation de ces murs par une médiation adaptée n'a pas encore été réalisée. Elle le sera à terme.

Le projet de construction de l'itinérance en VTT à assistance électrique à la découverte de paysages d'exception de la Métropole Nice Côte D'azur ambitionne aussi à terme de valoriser les savoir-faire locaux.

En effet, ce projet d'itinérance a été pensé et conçu pour encourager et faciliter la découverte des territoires métropolitains. L'itinéraire est découpé en tronçons à pratiquer en matinée pour permettre une arrivée entre 12 et 14h afin que les pratiquants aient le temps de découvrir les communes escales. Les outils de médiation associés à cette itinérance ont vocation à valoriser les patrimoines naturels et culturels ainsi que les savoir-faire à proximité (topo guide).

¹ Note moyenne de 2,56 / 4 – Entretiens bénéficiaires ; Note moyenne de 2,51 / 4 – Entretiens EV.

² Calade : chaussée en cailloux ou galets présentes en Provence et en Languedoc.

« Quels bénéfices les structures soutenues ont-elles tiré de la réalisation de projets de développement touristique dans le cadre du POIA ? »

DES GAINS POUR LES PORTEURS DEPENDANTS DE LA TYPOLOGIE D'ACTEURS ET DES ATTENTES INITIALES

Les entretiens réalisés dans le cadre des travaux évaluatifs témoignent de **la pluralité des perceptions des porteurs de projets concernant les bénéfices de la réalisation de projets de développement touristique pour leurs structures et leurs territoires** dans le cadre du POIA.

Parmi les bénéfices relevés par les structures bénéficiaires, on retrouve :

- **Le financement apporté par le FEDER-POIA à des actions « cœur de métier »** (communication, mise en réseau, ...), mais aussi **en faveur de la réalisation d'opérations ambitieuses d'aménagement**, qui constitue une plus-value indéniable pour la dynamique de projets ;
- **La capacité du programme à « légitimer » l'action en faveur du développement touristique de certains types de porteurs** (Agence de développement des Hautes-Alpes, communes / EPCI, PNR, ...)

*Les soutiens du POIA pour **la création d'une maison de produits à Castellane** ont permis d'assurer la crédibilité et la qualité des réalisations pour un bâtiment emblématique, situé à l'entrée du village et le plus visité de la commune par les touristes. Par ailleurs, cette action a également permis d'accompagner le développement économique des circuits courts en lien avec les agriculteurs et les artisans locaux.*

- **Le soutien à des projets concrets**, permettant pour les élus et les services de mettre en avant l'action publique (communes / EPCI, départements) au service des territoires ;
- **Un effet sur la capacité à collaborer plus étroitement en interne et à envisager de nouveaux projets.**

*A titre d'exemple, **la réhabilitation du sommet du Mont-Ventoux** a permis aux services du Pôle Développement (service Aménagement de l'Espace, Agriculture, Environnement) d'initier des coopérations avec le Pôle Aménagement et d'envisager de nouveaux projets d'aménagement global (ex. gorges de la Nesque).*

*Le projet « **Mise en œuvre de mesures de gestion de la fréquentation des sites pilotes** » via le dispositif « Ambassadeurs du Parc », porté par le PNR Préalpes d'Azur a permis en premier lieu de consolider le dispositif « ambassadeurs » et de favoriser sa professionnalisation. Il a également créé un lien entre l'ensemble des chargés de mission et les acteurs du territoire (élus, professionnels).*



Il est également intéressant d'évoquer le bénéfice conséquent pour certains dossiers portés par des Parcs Naturels Régionaux (PNR). Au travers du projet de requalification globale du Point Sublime / Couloir Samson, **le PNR du Verdon a fait la preuve qu'il est en capacité de faire aboutir une démarche de labellisation**, en tant qu'animateur d'une Opération Grand Site (OGS).

Nota : à ce stade, la plupart des bénéficiaires ne sont pas en mesure d'objectiver les évolutions de fréquentation entre les différentes saisons sur les sites bénéficiaires de l'intervention du FEDER, en raison d'un manque de recul ou de l'absence de système de comptage.

A l'échelle du territoire, d'autres bénéfices ont été mis en évidence par les porteurs de projets :

- **L'amélioration significative de la qualité de l'offre et de l'attractivité des territoires « bénéficiaires » des cofinancements POIA ;**
- **La diversification et la structuration des activités touristiques des territoires du Massif alpin.**

En guise d'illustration, le projet de réhabilitation du centre équestre de la Vallée de l'Ubaye, porté par la Mairie d'Uvernet-Fours, a permis d'après le porteur d'améliorer significativement la qualité de l'offre et l'attractivité du territoire, et de diversifier ses activités touristiques, ainsi que celles du centre équestre, situé aux portes de la vallée. En effet, la réhabilitation complète du centre a abouti à un renforcement de l'offre de randonnées et à une amélioration de la qualité d'accueil pour les chevaux et les cavaliers. En outre, les 14 communes de l'EPCI peuvent toutes bénéficier de cette offre, qui est structurante pour le territoire dont c'est l'unique centre équestre.

Le bénéfice sur la diversification et la structuration de l'offre a également été mis en avant par l'Office de Tourisme Champsaur & Valgaudemar. Au travers du projet « Structurer un accueil touristique de qualité pour valoriser le patrimoine culturel et naturel du territoire », le porteur de projet identifie un bénéfice sur l'animation du réseau des professionnels (effet indirect) et sur la structuration de l'ensemble de l'offre pour promouvoir une offre plus visible grâce à une information qualitative.

Enfin, l'Espace Montagne & Olympisme, porté par la Communauté d'agglomération Arlysère, a étoffé l'offre de la Halle Olympique à Albertville et est identifié comme un projet d'attractivité pour le territoire, ce qui favorise également l'image et la notoriété de la collectivité auprès de la population.

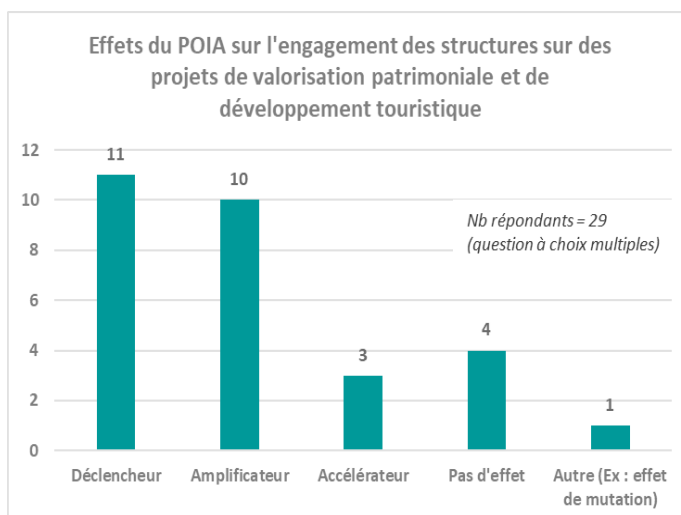
« Quel rôle a joué le POIA dans l'engagement de votre structure sur un projet de valorisation patrimoniale et de développement touristique ? La structuration d'une stratégie « espace valléen » et la mise en œuvre de plans d'actions ont-elles eu un impact sur les initiatives prises en faveur de la valorisation patrimoniale et du développement touristique de votre territoire ? »

UNE PLUS-VALUE DU POIA CONFIRMÉE PAR LES ENTRETIENS BÉNÉFICIAIRES ET VARIABLE EN FONCTION DES PROJETS ET DES TERRITOIRES DU MASSIF ALPIN

L'ensemble des entretiens conduits auprès des porteurs de projets attestent de la plus-value du FEDER-POIA pour engager les acteurs du territoire dans des projets de valorisation patrimoniale et de développement touristique. Toutefois, elle peut différer en fonction des types de projets et des territoires.

Parmi les principaux effets relevés, l'effet « déclencheur » et l'effet « amplificateur » du FEDER POIA apparaissent les mieux identifiés par les bénéficiaires. En effet, les échanges avec les porteurs de projets ont mis en évidence le fait que plusieurs projets n'auraient sans doute pas pu être réalisés sans l'appui du FEDER.

C'est par exemple le cas de la réhabilitation du centre équestre d'Ubaye, portée par la mairie d'Uvernet-Fours, au regard des investissements à consentir ou encore du projet de réhabilitation et d'aménagement du Mont-Ventoux, porté par le département de Vaucluse sur sa phase « travaux ».



Dans le cadre du projet de création d'une **maison de produits de pays à Castellane**, on observe que le cofinancement a également été déclencheur. En effet, il a permis au projet de se réaliser dans sa globalité d'une part et d'autre part de renforcer son ambition initiale (reprise totale des façades, réhabilitation complète du bâti, finitions).

En outre, le FEDER POIA a permis **d'accentuer et d'amplifier la dynamique territoriale en faveur de la valorisation des patrimoines et du développement touristique** du Massif des Alpes.

A titre d'exemple, **l'Agence de Développement des Hautes-Alpes** menait déjà des actions sur les thématiques de la montagne et de la haute-montagne, mais le POIA a permis de « booster » et d'aller plus vite dans la réalisation des projets.

Concernant **la construction d'un espace vitrine du massif des Baronnies Provençales**, le syndicat mixte du PNR indique que la construction de nouveaux bâtiments a permis de donner une dimension plus importante au projet initial. Dans un premier temps, ce bâtiment devait héberger des services « support » type administratif. En définitive, le projet a donné lieu à un espace vitrine à destination du grand public, avec différents objectifs : présenter l'intégralité du territoire et de son patrimoine naturel, devenir un lieu d'information touristique, proposer des expositions temporaires et permanentes, créer des emplois saisonniers.

Le FEDER POIA a permis **d'accélérer la réalisation de projets**, qui se seraient probablement concrétisés dans un temps plus long en l'absence du cofinancement européen.

Dans le cadre du projet « Structurer un accueil touristique de qualitatif pour valoriser le patrimoine culturel et naturel du territoire », l'Office de tourisme Champsaur-Valgaudemar a constaté que le FEDER POIA avait permis d'accélérer la mise à niveau de l'accueil touristique proposé sur le territoire.

LES STRATEGIES « ESPACE VALLEEN » ET LES PLANS D' ACTIONS ASSOCIES FAVORABLES AUX PROJETS DE VALORISATION PATRIMONIALE ET DU DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE DES TERRITOIRES DU MASSIF



Pour certains Espaces valléens comme la communauté de communes Alpes Provence Verdon, la stratégie a surtout permis d'offrir un temps et un espace pour faire travailler les acteurs du territoire ensemble afin de créer une dynamique. Même s'il peut sembler parfois que les actions répondent plus aux attentes des financeurs qu'aux besoins du territoire, *in fine*, surtout avec le POIA qui offre un spectre d'intervention large (investissement / ingénierie / fonctionnement), l'EV a pu soutenir des projets variés dans leur typologie, diversifiés dans leurs thématiques et qui participent tous à la valorisation patrimoniale et au développement touristique du territoire.



Selon le directeur du musée de l'herboristerie et de la lavande de la montagne de Lure (Artemesia), c'est l'ensemble du dispositif « Espaces valléens et FEDER » qui a rendu possible le projet de musée. La stratégie de diversification touristique de l'EV Luberon-Lure a permis aux élus de considérer les patrimoines comme les fondements de leur potentiel touristique. Ainsi, l'histoire du territoire



<https://www.artemisia-museum.fr/>

autour des plantes, des senteurs et des savoir-faire associés a été considéré comme une opportunité. Le projet de musée a été un moyen de mise en œuvre opérationnelle de cette stratégie et d'expression concrète du positionnement du territoire.

4.2 d - Perspectives

« Identifiez-vous des évolutions de contexte et, plus globalement, des enjeux émergents à l'échelle de votre structure / territoire ou du Massif des Alpes à considérer dans une approche prospective ? »

En continuité avec les entretiens menés auprès des référents Espaces Valléens, les échanges avec les porteurs de projets ont mis en évidence **plusieurs enjeux clés à prendre en considération** pour **assurer un développement touristique diversifié et durable du Massif alpin** :

- **La nécessaire adaptation des offres touristiques aux évolutions climatiques** : il s'agit d'une attente prioritaire partagée par la majorité des porteurs de projets, qui considèrent que la démarche Espaces Valléens peut accompagner la transition des territoires vers un tourisme plus durable. A ce titre, les événements climatiques (ex. tempête Alex dans les Alpes Maritimes), la diminution de l'enneigement en altitude (stations, fonte des glaciers – ex. Col de l'Iseran en Haute-Tarentaise) amènent les acteurs du développement territorial et touristique à s'orienter vers des projets plus résilients et respectueux de l'environnement ;

Zoom dynamique de projets et candidature 2021-2027 – Nice Métropole Côte d'Azur

En continuité avec l'opération « Animation de l'Espace Valléen et construction de l'itinérance en VTT à assistance électrique à la découverte des paysages d'exception », **la Métropole Nice Côte d'Azur** a déployé un axe sur le changement climatique et les risques naturels dans le cadre de la nouvelle candidature 2021-2027, décliné selon différentes actions : diversification des activités de pleine nature, réhabilitation des patrimoines impactés par la tempête Alex ou encore réalisation d'une étude de requalification touristique pour l'élaboration d'un plan d'actions sur le territoire entre montagne et littoral.

- **Un enjeu autour de la préservation de la biodiversité** : alors que les $\frac{3}{4}$ des surfaces terrestres ont été dégradées par l'activité humaine selon l'IPBES, le Massif alpin offre encore des espaces de nature intacts et abrite plus de 30 000 espèces animales et 13 000 espèces végétales. Pour autant, ces espaces et les différentes espèces alpines ne sont pas à l'abri d'être menacés à l'avenir par les activités humaines et les conséquences du changement climatique. C'est pourquoi, chaque acteur, public et privé, doit prendre en compte dans ses projets l'érosion de la biodiversité au même titre que le changement climatique. C'est une condition absolue pour un développement touristique durable et responsable. Par exemple, le PNR Préalpes d'Azur fait des enjeux de biodiversité le cœur de son action. A ce titre, les ambassadeurs du Parc dans le cadre du projet « Mise en œuvre de mesures de gestion de la fréquentation des sites pilotes » peuvent jouer un rôle et porter un message auprès des habitants et des visiteurs à ce sujet.
- **La meilleure gestion de la fréquentation et des flux de visiteurs** : les fortes disparités de fréquentation et les pics de saisonnalités ont des impacts importants sur les sites les plus visités et/ou les plus fragiles (dégradation des paysages, pollutions, épuisement des ressources, mécontentement des habitants...). Les stratégies des territoires et les projets doivent participer à une meilleure gestion des flux dans le temps et dans l'espace et accompagner les nouveaux visiteurs pour éviter les conflits d'usages déjà présents.

- **Un enjeu fort autour des mobilités, de l'accessibilité** : les stratégies et projets de diversification de l'offre, de valorisation des patrimoines, de développement d'un tourisme estival et/ou désaisonnalisé, ... doivent systématiquement prendre en compte les enjeux d'accessibilité vers la destination et sur la destination. La multimodalité et les liaisons douces sont des enjeux majeurs pour le développement touristique durable du massif alpin.
- **L'enjeu d'accueil des populations en montagne** a été accentué avec la crise sanitaire. De nouvelles clientèles ont fait leur apparition ces 2 dernières années. Elles ne maîtrisent pas les codes et les usages de la montagne et peuvent générer des conflits d'usage ou se mettre en danger.
- **La mise en réseau des acteurs de l'économie touristique** pour mieux coordonner et mettre en cohérence l'offre du Massif alpin d'une part et d'autre part mieux valoriser les projets en associant les élus, les techniciens et les acteurs du tourisme ;
- **L'adaptation aux évolutions des attentes des clientèles en montagne**, avec l'émergence de nouveaux types de publics et *in fine* une réflexion à porter sur l'évolution des « profils » de touristes et des caractéristiques du tourisme, une mutation des formes de tourisme qui s'est exacerbée avec la crise du covid-19. A ce titre, les activités de pleine nature (notamment le vélo) apparaissent en plein essor et animent les réflexions des porteurs de projets publics autour de la structuration d'une offre sportive et familiale avec un ciblage en fonction des clientèles. De la même manière, les échanges ont mis en avant la recherche de sens des touristes/excursionnistes dans leurs expériences de visite (découverte du patrimoine local, agritourisme, produits locaux / savoir-faire).

Pour la plupart, ces enjeux relevés au cours de la phase d'investigations de l'évaluation ont déjà **nourri les réflexions des territoires dans la perspective de l'élaboration des candidatures Espaces Valléens pour la génération 2021-2027.**

5. Etudes de cas « projets » 2014-2020

A l'appui des entretiens réalisés auprès des bénéficiaires, **10 études de cas ont été produites au cours de la phase d'investigations de l'évaluation d'impact** sur des projets programmés au cours de la période de programmation 14-20 dans le cadre du Programme Opérationnel Interrégional (POI) Alpes FEDER 2014-2020 :

- Les chemins du patrimoine : Valorisation d'un parcours de découverte, commune de Cabrières d'Aigues
- Rando nature dans les réserves naturelles du Pays du Mont-Blanc / Réalisation d'un outil numérique, Asters – Conservatoire d'Espaces Naturels (CEN) de Haute-Savoie
- Requalification globale Point Sublime / Couloir Samson (Rougion) – Phase 1 : concours sur esquisse et maîtrise d'œuvre et Phase 2 : travaux, Régie d'Aménagement et de Gestion des sites naturels fréquentés du PNR du Verdon
- 1OS1 – 2016 – Mise en œuvre de gestion de la fréquentation des sites pilotes via le dispositif « Ambassadeurs du Parc » - Syndicat mixte du PNR des Préalpes d'Azur
- Mise en valeur muséographique du site de l'Abbaye de Boscodon, Association des amis de l'Abbaye de Boscodon
- Reconstruction d'une ancienne maison d'alpage : création du Refuge du Pic du Mas de la Grave, SARL DLC POLYTE
- Travaux de construction de l'espace vitrine du massif des Baronnies Provençales, Syndicat mixte du PNR des Baronnies Provençales
- Création de l'Espace Montagne & Olympisme, Communauté d'Agglomération Arlysère
- Villages d'Alpinisme des Ecrins, Agence de Développement des Hautes-Alpes
- Mise en tourisme du Col de l'Iseran par une requalification paysagère et environnementale, Communauté de communes de Haute-Tarentaise

Nota : Concernant les études de cas, une attention particulière a été portée sur la représentativité des types de projets, des thématiques d'intervention et des territoires (Alpes du Nord / Alpes du Sud, départements du Massif alpin).

LES CHEMINS DU PATRIMOINE : VALORISATION D'UN PARCOURS DE DECOUVERTE

Réhabilitation et / ou mise en tourisme de sites emblématiques

OS01-PI06c	Accroître la découverte estivale du massif par la valorisation du patrimoine naturel et culturel				
COUT TOTAL	234 905,18 €	FEDER	113 500 €	ETAT DE L'OPERATION	Finalisé
BENEFICIAIRE	Commune de Cabrières-d'Aigues			TERRITOIRE	Commune de Cabrières d'Aigues – Espace Valléen du Lubéron-Lure



A – Présentation du PROJET et de ses RESULTATS OBSERVES et / ou ATTENDUS

1. PRESENTATION DU CONTEXTE

Le projet présenté ici a été effectué sur la commune de **Cabrières d'Aigues** située dans le sud du Vaucluse. Ce village fait partie du Parc Naturel Régional du Lubéron et possède un potentiel naturel et culturel riche qui lui permet de bénéficier du passage de nombreux visiteurs et randonneurs durant le printemps ou en période estivale.

Le territoire communal offre **des activités touristiques autour de l'étang de la Bonde** : camping, restauration, activités nautiques (canoë notamment) et plages. Cette offre s'accompagne d'un patrimoine local composé d'une église datant du début du XVIIIème siècle, d'un temple protestant de la même période, de plusieurs vieilles fontaines et d'un centre-bourg de caractère.



Situé sur la commune de Cabrières d'Aigues, « **Les chemins du patrimoine** » constituent un itinéraire de balade à pied au sein du Parc du Lubéron. La commune est d'ailleurs le point d'arrivée du **sentier géologique du Lubéron**.

2. PRESENTATION DU PROJET ET DES REALISATIONS ASSOCIEES

Le projet consiste en la **rénovation d'un escalier du village** allant au lieu-dit du « château » au centre-bourg. Le village de Cabrières d'Aigues est construit sur un coteau et ce passage permet d'avoir un accès au village. Cet escalier sert donc à la fois aux touristes mais aussi aux habitants de la commune qui l'empruntent quotidiennement. Celui-ci se retrouvait cependant dans un état particulièrement dégradé et la commune a considéré comme opportun **de préserver le patrimoine culturel du village tout en permettant à ce projet d'avoir une visée utilitaire**.

L'objectif étant **de valoriser le patrimoine local**, le conseil municipal a donc choisi de ne pas réutiliser du béton qui avait été utilisé dans les années 50 pour faire cet escalier. Il s'est plutôt prononcé en faveur de la **pose de calades**. Si la commune s'est penchée vers cette méthode, c'est avant tout dans le but de pouvoir bénéficier des fonds européens qui n'auraient pas financés la pose de béton.

Ce procédé traditionnel de construction présent dans la région a permis de faire venir des artisans locaux spécialisés mais aussi d'organiser des activités scolaires. Les enfants de l'école municipale ont été initiés à cette méthode par l'entreprise ayant effectué les travaux.

Pour cette opération, le **coût total a été estimé à 234 905,18 €** et la part de **FEDER attribuée était initialement de 113 500 €**. En revanche, la commune comportant 957 habitants, celle-ci possède une faible ingénierie pour le montage d'un tel dossier. Même si la procédure s'est déroulée sans accroc, un dysfonctionnement a eu lieu au moment de l'inscription au journal officiel (le récépissé final n'a jamais été envoyé). Malgré la reconnaissance du problème, **une pénalité visant 50% des fonds européens destinés au projet** a été effectuée, ce qui a aujourd'hui durablement endettée la municipalité.



« On aurait eu besoin d'une plus grande formation sur le montage des dossiers. En plus, l'étude préalable à l'élaboration des travaux n'a pas été prise en compte au niveau des aides. 20 000 € sont partis en l'air... On aurait aimé pouvoir bénéficier d'un suivi technique sur le marché public car même la communauté de communes à cette époque manquait de personnels. »

Geneviève JEAN, maire de Cabrières-d'Aigues

3. LES RESULTATS OBSERVES ET / OU ATTENDUS

Il est difficile de quantifier l'impact d'un projet comme celui-ci. En revanche la rénovation de cet escalier a indéniablement permis une **meilleure connexion** entre les différentes parties du village. Il est qualifié par la maire de Cabrières d'Aigues comme **très utilisé** mais aussi **apprécié par les habitants**. Les enfants de la commune ont également apprécié participer à l'élaboration de ces escaliers et ont été sensibilisés aux traditions locales de construction.

Sur le plan du tourisme, la revalorisation du site permet au territoire de s'affirmer comme un **passage important** des chemins du patrimoine. Il bénéficie de sa situation à travers des événements comme **le trail du grand Lubéron** qui attire de nombreux coureurs et spectateurs sur la commune chaque année. En revanche, ce projet était nécessaire pour la municipalité qui, de fait, n'a pas pris un important tournant sur le plan de la valorisation touristique de son territoire.

Il faut également ajouter que le développement du tourisme estival sur ce territoire est confronté à une difficulté : la **fermeture du parc du Lubéron en période estivale**. Le massif est fermé car il y a des risques de feux de forêts, ce qui a déjà eu lieu dans un village à voisin. Malgré les interdictions de fumer ou les mesures strictes pour éviter ce genre de catastrophe, le site reste fermé à la période la plus chaude et sèche de l'année.

B – Les EFFETS et les IMPACTS du PROJET

Types d'impacts	Note (de 1 à 4)	Commentaires
Structuration et organisation des acteurs de l'écosystème touristique / territorial	4	La commune a grandement collaboré avec le parc du Lubéron et les offices de tourisme afin de rendre le projet plus visible.
Valorisation des patrimoines naturels et culturels	4	Les escaliers sont faits en pierre (calades). Ce ne sont pas toutes les entreprises qui effectuent ces travaux.
Valorisation des savoirs-faire locaux	4	L'entreprise « ABC aménagement » a effectué un travail remarquable avec les pierres du Lubéron. Il a fait venir l'école (deux classes) et a montré aux élèves et leur a fait faire des calades.
Structuration d'un réseau / dynamique de coopération	3	Au sein du parc du Lubéron des contacts avaient lieu. La maire de la commune était vice-présidente

		du parc. Il y a donc eu des connexions avec les autres collectivités. Celle-ci est allée à Lioux (04) pour la restauration de bâtiments publics (isolation) avec des matériaux locaux.
Développement du tourisme estival	2,5	L'impact sur le tourisme estival est limité car le parc est fermé l'été.
Développement du tourisme désaisonnalisé	4	Le site attire un grand nombre de touristes en automne et au printemps.
Structuration et visibilité de l'offre touristique	4	Le projet est dans le prospectus de l'office de tourisme. Le sentier géologique du Lubéron ayant son arrivé sur le site, la visibilité du village a été multipliée.
Développement d'une offre de découverte de loisirs, sportive et itinérante	3	Le trail du grand Lubéron passe par cet escalier. En 2019, 360 véhicules garés ont été comptabilisés.


C – PLUS-VALUE, LIMITES de l'intervention du POIA et PERSPECTIVES pour 2021-2027

Il est indéniable que le FEDER a permis à ce projet d'avoir lieu. Un véritable **effet déclencheur** peut être accordé à ces fonds sur la rénovation de ces escaliers. Malgré la baisse des financements accordés, une petite collectivité comme Cabrières d'Aigues a pu financer un projet ayant une somme assez élevée.

La qualité du projet a également pu être revue à la hausse grâce au financement FEDER car il conditionnait son intervention à l'utilisation de certains matériaux comme ceux employés ici (pierres pour les calades). De fait, cela a permis de valoriser le **savoir-faire local via les entreprises intervenantes**.

En revanche les **dysfonctionnements** liés d'une part à un manque d'ingénierie et une erreur informatique ont **considérablement affecté le montage financier** du projet et plus globalement la **situation de la municipalité**. En plus de cela, la mise en réseau censée exister entre les porteurs de projets de l'espace valléen **n'a pas eu lieu ici**. Les potentiels effets de reproductibilité ou de capitalisation n'ont également pas pu voir le jour et éviter cette situation. C'est aujourd'hui **la maire de la commune qui partage son expérience** via des associations et intervient devant des élus ou des particuliers souhaitant bénéficier de fonds européens.

Comme l'a évoqué cette élue, **un plus grand suivi technique aurait été préférable lors du montage du dossier**. La course à l'attractivité touristique est également remise en question par les enjeux et dangers du **changement climatique** sur le territoire qui peuvent être amenés à devenir une menace importante (incendies, sécheresse, ...).

RANDO NATURE DANS LES RESERVES NATURELLES DU PAYS DU MONT BLANC REALISATION D'UN OUTIL NUMERIQUE					Offre de découverte patrimoniale en promenade		
OS01-PI06c	Accroître la découverte estivale du massif par la valorisation du patrimoine naturel et culturel						
COUT TOTAL	106 115,70 €	FEDER	53 057,85 €	ETAT DE L'OPERATION	Finalisé		
BENEFICIAIRE	ASTERS, CONSERVATOIRE D'ESPACES NATURELS DE HAUTE-SAVOIE			TERRITOIRE	Espace Valléen Pays du Mont Blanc Pringy		

A – Présentation du PROJET et de ses RESULTATS OBSERVES et / ou ATTENDUS

1. PRESENTATION DU CONTEXTE

Les territoires de montagne, particulièrement sensibles, sont confrontés depuis ces dernières années à une intensification de la fréquentation touristique. Ce tourisme de « masse », composé de touristes ou excursionnistes qui peuvent être peu sensibilisés et informés sur la pratique de montagne, et la fragilité des écosystèmes (faune et flore), a un impact direct sur les paysages et leur équilibre.

Les réserves naturelles françaises, en particulier les réserves de Passy et des Contamines-Montjoie, sont soumises à une pression touristique, renforcée ces derniers temps par les contextes de déconfinement, où davantage de touristes se sont orientés vers des destinations françaises : la fréquentation des réserves naturelles a connu un niveau jamais atteint depuis plus de vingt ans.

Dans ce cadre, le conservatoire d'espaces naturels de Haute-Savoie, en collaboration avec les collectivités a souhaité développer un outil numérique, répondant à la double finalité :

- Sensibiliser les usagers à la fragilité de ces espaces et paysages
- Valoriser les patrimoines et leur caractères exceptionnels

2. PRESENTATION DU PROJET ET DES REALISATIONS ASSOCIEES

Le projet a été déposé en 2016, démarré en 2018 et s'est terminé en février 2022. Le coût total s'élevait à **106 115,70 €**. Le FEDER- POIA est intervenu à hauteur de **53 057,85 €**, l'Etat est également un cofinanceur, avec **une subvention de près de 32 K€**, le reste étant financé sur les fonds propres de l'association **21 223,14 €**, soit **20 % du coût total du projet**. Le FEDER-POIA a subventionné la conception et définition des itinéraires et la phase d'élaboration/ création des rubriques (information sur la faune et la flore).

Le projet concerne la valorisation numérique des sentiers et du patrimoine naturel (faune et flore) des réserves naturelles du Pays du Mont Blanc, plus spécifiquement des deux réserves Contamine-Montjoie et de Passy via l'outil numérique GéoTREK (open source), avec **la création d'une application métier, une application web et une application mobile**.

Le projet s'est élaboré en partenariat avec les communautés de communes Pays du Mont-Blanc, Haut Giffre et Cluses – Arves Montagnes ainsi que les communes de Passy et des Contamines – Monjoie et des Offices de Tourisme. Par ailleurs, des acteurs ressources du territoire ont également été mobilisés sur des tâches spécifiques : les guides, accompagnateurs en haute montagne pour la définition des circuits, les acteurs ressources/Scientifiques pour la conception des rubriques informatives.



Figure 1 : Logo de l'application - Source Site internet

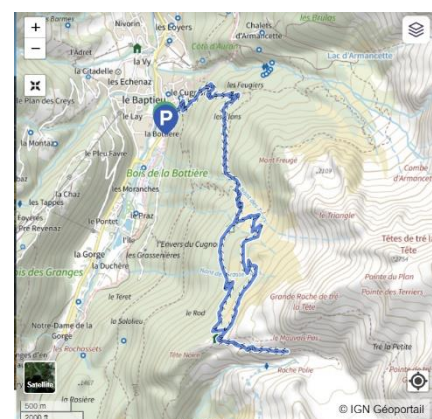


Figure 2 : Exemple d'un tracé du Glacier de Tré la Tête - Source : rando.nature-Haute-Savoie

L'application propose donc :

- Une vingtaine d'itinéraire sur les deux réserves ;
- Un site internet pour préparer les randonnés et une application mobile permettant d'accéder aux itinéraires et points d'intérêts (200 points d'intérêt au total) ;
- Des informations sur la faune et la flore et des points d'intérêt.

3. LES RESULTATS OBSERVES ET / OU ATTENDUS

S'agissant des résultats, l'application (métier, mobile) et le site internet « Rando Nature Haute-Savoie » ont été développés récemment ce qui constitue une limite à la consolidation de données permettant de qualifier pleinement l'atteinte des objectifs et la capacité du projet à toucher les publics cibles. Pour autant, des premières données de fréquentation sont disponibles et apportent une première vision sur le niveau d'utilisation des applications développées par Asters – le Conservatoire d'Espaces Naturels de Haute-Savoie :

- Depuis le début de l'année 2022, plus de **4 000 personnes** se sont connectées sur le site internet dédié à la démarche ;
- L'application a été téléchargé près de **800 fois**.

Ces premiers chiffres devront être consolidés. A ce stade, ils tendent à prouver d'ores-et-déjà l'intérêt de cette solution numérique pour les usagers (habitants, excursionnistes, touristes) des réserves naturelles du Pays du Mont-Blanc, ces derniers semblant se saisir de l'outil.

Le projet contribue à valoriser :

- Et renforcer la pratique de la randonnée sur des sentiers, en leur donnant une dimension pédagogique/ludique ;
- Les paysages, les milieux naturels, la faune et la flore ainsi que les patrimoine géologiques et humains à toutes les saisons ;
- Et à sensibiliser les usagers sur la fragilité des écosystèmes.

B – Les EFFETS et IMPACTS du PROJET

Types d'impacts	Note (de 1 à 4)	Commentaires
Valorisation des patrimoines naturels et culturels	4	C'est l'objectif principal du projet, le patrimoine naturel a été identifié (points d'intérêts) dans un premier temps et valorisé sous la forme d'encadrés sur l'application afin de rendre ces patrimoines accessibles à tous et pas seulement aux touristes/excursionnistes venant sur site. 5 thématiques sont valorisées : <ul style="list-style-type: none"> • Faune • Flore patrimoniale • Milieux naturels • Patrimoines géologiques et géomorphologiques • Patrimoine humain
Valorisation des savoir-faire locaux	2	Le projet valorise deux types de savoir-faire : les savoirs faire scientifique et des acteurs travaillant dans les réserves à travers les rubriques dédiées aux thématiques d'intérêts. A ce stade, le projet ne valorise pas ou peu les savoirs faire artisanaux.
Structuration d'un réseau / dynamique de coopération	4	Le projet permet d'apporter des outils concrets à des partenaires du territoire et socio -professionnels du tourisme : guide, gardien de refuge etc. L'objectif du projet est qu'il soit capitalisé et utilisés par un ensemble d'acteurs, pour les socio-professionnel, l'application est un outil de valorisation du territoire qu'ils peuvent diffuser à leur client.
Développement du tourisme estival	2	L'objectif du projet n'est pas de développer le tourisme, déjà très présent sur le territoire, mais est davantage porté sur la mise à disposition d'outils et d'information de sensibilisation
Développement du tourisme désaisonnalisé	2	L'outil cible les touristes à des échelles spatiales et temporelles très variables. L'outil s'adresse également à des touristes locaux, qui profitent des milieux naturels à l'intersaison, lorsque les espaces sont moins fréquentés. En ce sens l'application développe le tourisme désaisonnalisé .

Structuration et visibilité de l'offre touristique	3	Le projet contribue à structurer l'offre en concentrant et en mettant à disposition une offre de randonnée diversifiée et didactiques. Ce projet offre aux touristes et aux acteurs, notamment aux Offices de tourisme, une boîte à outils proposant des activités durables
Développement d'une offre de découverte de loisirs, sportive et itinérante	3	Au regard de la fréquentation touristique, l'objectif n'est pas de développer une offre mais de valoriser les patrimoines

C – PLUS-VALUE, LIMITES de l'intervention du POIA et PERSPECTIVES pour 2021-2027

- La subvention POIA a été capitale pour le projet en jouant véritablement un **rôle d'amplificateur**, la subvention a permis à la structure de se doter de moyen permettant de financer **les ambitions du projet**. Par ailleurs, l'intégration du projet dans le plan d'action de l'espace a facilité l'obtention de financement.
- Le projet va au-delà de l'espace valléen, et impulse une dynamique de coopération inter-acteurs, à l'échelle départemental, de la phase de conception à la réalisation du projet.
- Sur le projet concerné, **le porteur de projet estime avoir été peu accompagné**, ce qui a engendré des difficultés techniques et financières. Une des pistes d'amélioration envisagées concerne le renforcement de l'accompagnement et la mise en place d'un unique interlocuteur dédié au suivi du projet, dans le cas étudié, trois interlocuteurs ont suivi le projet.
- Par ailleurs, le projet a été **impacté par différents retards** : un décalage dans l'instruction a entraîné un retard au démarrage de deux ans. Ceci a induit des difficultés administratives, les porteurs de projet ont dû revoir le projet avec la région (production d'avenants...).
- En termes de mise en réseau et dynamique de coopération à **l'échelle du massif**, les porteurs sont **peu satisfaits**. Ils considèrent n'avoir pas été mis en lien avec d'autres projets POIA, hormis lors des réunions dédiées au financement.
- Le projet est considéré comme une réussite, la structure souhaite développer et étendre l'outil sur d'autres réserves et sites naturels de Haute Savoie, afin de mailler plus largement le département et proposer un outil complet. L'élargissement des rubriques à d'autres thématiques et la traduction du site en anglais sont également envisagés. Le projet sera financé par le FNADT.

REQUALIFICATION GLOBALE POINT SUBLIME / COULOIR SAMSON (ROUGON) - PHASE 1 CONCOURS SUR ESQUISSE ET MAITRISE D'ŒUVRE ET PHASE 2 REALISATION DES TRAVAUX

Réhabilitation et
/ ou mise en
tourisme de sites
emblématiques

OS01-PI06c	Accroître la découverte estivale du massif par la valorisation du patrimoine naturel et culturel				
COUT TOTAL	1 259 430 €	FEDER	516 831.20 €	ETAT DE L'OPERATION	En cours
BENEFICIAIRE	Parc Naturel Régional du Verdon			TERRITOIRE	04120 Rougon



A – Présentation du PROJET et de ses RESULTATS OBSERVES et / ou ATTENDUS

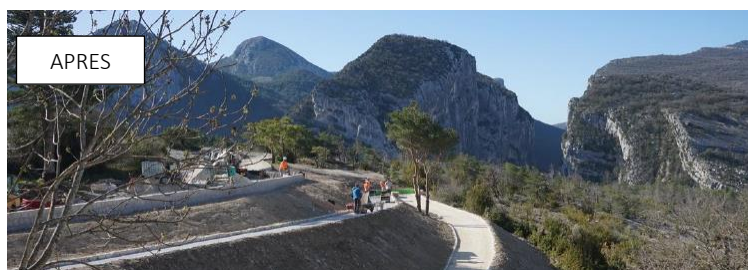
1. PRESENTATION DU CONTEXTE

Les Gorges du Verdon ne peuvent être appréhendées que de manière globale, à l'échelle du linéaire du fleuve. L'opération Grand Site engagée et animée par le PNR du Verdon depuis les années 2000, a pour objectif d'organiser la découverte et de garantir une qualité d'accueil à la hauteur de la notoriété des Gorges du Verdon. C'est dans ce cadre que plusieurs projets de requalification de site ont été engagés dont la requalification du site du Point Sublime / Couloir Samson. Ce site constitue la porte d'entrée amont du Grand Canyon du Verdon. Situé sur le site classé et reconnu site Natura 2000 pour la faune, la flore et les milieux naturels remarquables, le Point Sublime

/ Couloir Samson représente le cœur de l'expérience de découverte des Gorges et fait ainsi l'objet d'une forte attractivité avec près de 1 million de visiteurs annuels.

Le belvédère du Point Sublime était devenu un site dégradé et désorganisé cumulant les problèmes d'accueil, de manque d'information, de stationnement, de circulation ... au détriment de l'environnement naturel.

Pour réguler cet afflux constant de visiteurs, il était urgent de faire évoluer les modes de découverte afin de permettre au plus grand nombre de bénéficier d'une expérience de visite digne de l'imaginaire véhiculé par ce site emblématique : inviter les visiteurs à changer d'approche en organisant l'accueil sans porter atteinte à la fragilité écologique des sites.

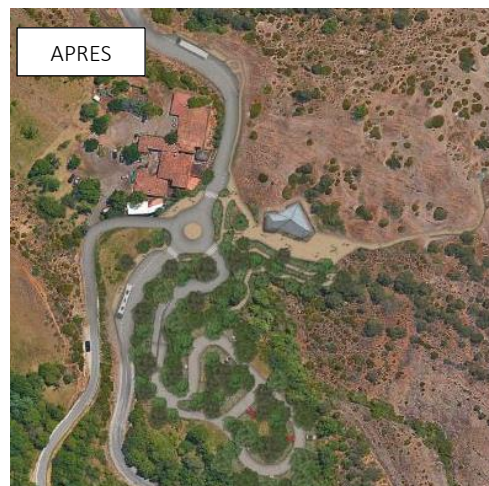


2. PRESENTATION DU PROJET ET DES REALISATIONS ASSOCIEES

Le projet de requalification du Point Sublime a consisté en :

- La modification du carrefour montant au village de Rougon avec la réalisation d'un mini-giratoire franchissable (travaux réalisés par le Département des Alpes de Haute-Provence) ;
- La modification des arrêts de bus et la création d'arrêts navette ainsi que les cheminements liés ;
- Le déplacement de la zone de stationnement actuelle en contrebas pour créer un stationnement ombragé, végétalisé et intégré (70 places de stationnement) ; mise en place d'un accès payant courte durée, régulé par une barrière automatique
- La création sur le parking actuel d'une petite maison de site, un préau et une esplanade. La maison de site regroupe des toilettes, un espace d'accueil, infos et vente de 50m² et ses annexes (surface totale du bâtiment 96 m²) ;
- La requalification du belvédère du Point Sublime pour le rendre plus confortable et accueillant ;
- La réalisation des cheminements menant à la maison de site et au belvédère : l'ensemble des cheminements seront accessibles au plus grand nombre ;

- **L'installation d'équipements d'interprétation et de découverte pour les visiteurs** (en extérieur et dans la maison de site) afin de donner des indications sur la géologie des lieux.



L'ensemble vise à proposer un confort de visite tout en canalisant les flux qui jusqu'alors étaient désordonnés due à une multitude de sentes (petits chemins) incitant les visiteurs à arpenter les dalles calcaires sans véritable orientation. Cette situation entraînant des impacts de piétinement et d'érosion.

Le projet de requalification du Couloir Samson a consisté en :

- **La création d'une zone de stationnement payante** à la journée en été de 70 places grand public + 24 places réservées aux professionnels des activités de pleine nature
- **La réalisation d'une zone d'accueil avec toilettes sèches**
- **La mise en place d'une barrière sur la route départementale pour sa fermeture en période estivale**

Ces aménagements répondent aux attentes d'intervention en site classé.

Le paiement des stationnements doit permettre de financer l'entretien, la gestion et l'accueil sur le site. **Il ne s'agit pas de « faire du bénéfice » mais de couvrir les frais de gestion et d'entretien, portés par la régie du Parc, par des recettes touristiques.**

L'ensemble de l'opération s'élève à près de **2 millions d'euros**.

Les demandes de participations financières faites auprès du FEDER ont été organisées en 2 phases distinctes et ne présentaient pas dans les budgets certaines dépenses notamment celles réalisées par le Département sur les routes (carrefour giratoire, ...).

- **Phase 1 - Concours sur esquisse et maîtrise d'œuvre** en vue d'élaborer l'avant-projet d'aménagement et de déposer un permis d'aménager du site. Coût global : 154 250 €. **Part FEDER (50%) : 77 125€**. Les études ont été réalisées entre 2017 et 2019.
- **Phase 2 – Travaux de réalisation**. Coût global : 1 259 430€. **Part FEDER (41%) : 516 831.20 €**. Les travaux de réalisations ont concerné principalement les aires de stationnement et le déplacement du Belvédère. Réalisation entre 2020 et 2022. En cours d'achèvement.

La stratégie Espace Valléen et les financements FEDER alloués au projet ont permis au PNR du Verdon de se repositionner vis-à-vis des partenaires territoriaux. Avec en plus la création de la régie qui est directement intervenue pour la réalisation du projet, **le PNR est devenu un acteur crédible qui met en œuvre concrètement les valeurs et les orientations de sa charte.**

Mais le pilotage d'un projet financé par le FEDER reste très anxiogène pour la structure porteuse : moyens humains nécessaires trop importants, doutes et insécurité sur le modèle économique du projet.

3. LES RESULTATS OBSERVES ET / OU ATTENDUS

Le projet revêt une grande importance pour le PNR du Verdon. Sa mise en œuvre est d'abord la **démonstration que le PNR apporte une expertise utile, concrète et durable pour le territoire** en accord avec ses valeurs et sa stratégie et **qu'il est en capacité d'agir de manière effective** (achat de foncier, maîtrise d'œuvre, gestion de site...).

Le projet, de par sa **nature « réparatrice »**, participe fortement à la **préservation des paysages emblématiques du territoire**, il en restitue leur valeur au public qui le découvre et veille à ce que **les habitants en restent les premiers bénéficiaires et donc les meilleurs ambassadeurs. Le projet a permis d'apaiser le site** en organisant sa fréquentation. Il ne vise pas à développer la fréquentation mais à l'améliorer. C'est du **développement qualitatif et non quantitatif**. Aussi, la médiation environnementale (financement LEADER), bien qu'elle ne représente que 3% du budget globale, reste l'un des axes essentiels du projet.

B – Les EFFETS et IMPACTS du PROJET

Types d'impacts	Note (de 1 à 4)	Commentaires
Structuration et organisation des acteurs de l'écosystème touristique / territorial	2	Le PNR travaille avec les acteurs présents sur le site. Il a même mis en place des conventions avec l'OT et l'auberge.
Valorisation des patrimoines naturels et culturels	4	C'est le cœur du projet de mieux accueillir pour mieux protéger et sensibiliser par la connaissance.
Valorisation des savoirs-faire locaux	3	Les travaux ont répondu aux exigences du site classé. Par exemple, la pierre sèche a beaucoup été utilisée. A terme ce savoir-faire fera l'objet d'une médiation sur le site pour être mieux valorisé.
Structuration d'un réseau / dynamique de coopération	3	Le projet est né de la collaboration du PNR avec la Région Sud, les départements du Var et des Alpes-de-Haute-Provence, les 4 intercommunalités concernées et les 7 communes riveraines.
Développement du tourisme estival	4	Le développement est totalement orienté sur la qualité. L'objectif est d'accueillir mieux mais pas plus.
Développement du tourisme désaisonnalisé	4	Les services de navette Blanc-Martelle ont été repris par la régie du Parc et prolongés sur les ailes de saison.
Structuration et visibilité de l'offre touristique	4	Le projet a permis de structurer et d'organiser le site le plus emblématique et donc le plus connu du territoire. Aujourd'hui, il s'inscrit dans l'offre de la destination « Grand Verdon ».

C – PLUS-VALUE, LIMITES de l'intervention du POIA et PERSPECTIVES pour 2021-2027

Le PNR du Verdon travaille sur l'Opération Grand Site depuis 2009, les problèmes de gestion de la fréquentation du Point Sublime et de son impact sur les milieux était connu. C'est indéniablement **la subvention FEDER POIA qui a permis de déclencher la mise en œuvre de ce projet qui compte parmi les plus ambitieux de l'OGS. Sans le POIA, le projet de requalification n'aurait pas pu être réalisé.** Demain, l'OGS devra devenir l'affaire de l'ensemble des acteurs locaux, plus seulement du Parc. Cette appropriation doit découler de la stratégie Espace Valléen « *Voir le Verdon en Grand* ».

Sur le volet patrimonial, naturel et culturel, le PNR a toujours été très impliqué. La stratégie Espace Valléen « *Voir le Verdon en Grand* » a apporté de la profondeur et de la consistance à la démarche du Parc. **La contribution du POIA a ainsi amplifié et accéléré l'élaboration du projet mais surtout sa réalisation.**

Le site profite déjà d'une (très) grande notoriété à l'échelle nationale voir internationale : Il est connu du grand public. Le projet de requalification et les services associés comme la navette Blanc-Martelle vont, à terme, **améliorer l'image qualitative du site** : déjà connu pour ses paysages grandioses, le site sera **reconnu pour la qualité de sa gestion et de ses services associés**.

Enfin, l'expérience du POIA 2014/20 acquise par les équipes du Parc avec la mise en réseau des acteurs du Massif est à l'origine de nouveaux projet inter-Espaces Valléens qui émergent dans le cadre de la nouvelle programmation 2021/27.

La subvention FEDER POIA a permis la réalisation du projet de requalification du Point Sublime / Couloir Samson :

- Elle a eu un **effet déclencheur** en donnant au PNR du Verdon les moyens de son ambition.
- Elle était **parfaitement adaptée à un projet de « réparation » d'un site patrimonial majeur** et emblématique souffrant de sa sur-fréquentation.
- Elle a permis de **repositionner le Parc en tant qu'acteur du territoire** : d'un acteur porteur de valeurs à un acteur qui agit concrètement.

Pour les équipes du Parc en charge du projet, les principales difficultés rencontrées relevaient de la **lourdeur administrative inhérente au FEDER et** du caractère, de fait, **anxiogène du portage du projet pour les équipes**. Ces difficultés semblent peu ou pas perçues par les élus.

MISE EN ŒUVRE DE MESURES DE GESTION DE LA FREQUENTATION DES SITES PILOTES VIA LE DISPOSITIF « AMBASSADEURS DU PARC »

OS01-PI06c	Accroître la découverte estivale du massif par la valorisation du patrimoine naturel et culturel				
COUT TOTAL	187 500 €	FEDER	93 750 €	ETAT DE L'OPERATION	Finalisé
BENEFICIAIRE	Syndicat Mixte du Parc Naturel Régional des Préalpes d'Azur			TERRITOIRE	Parc Naturel Régional des Préalpes d'Azur



A – Présentation du PROJET et de ses RESULTATS OBSERVES et / ou ATTENDUS

1. PRESENTATION DU CONTEXTE

Le parc naturel régional des Préalpes d'Azur a été créé le 30 mars 2012. Il est situé dans le département des Alpes-Maritimes et rassemble **47 communes organisées en 4 EPCI** : Communauté d'agglomération du Pays de Grasse, Communauté d'agglomération Sophia Antipolis, Communauté de communes des Alpes d'Azur et la Métropole Nice Côte d'Azur. C'est un territoire de moyenne montagne, entre un littoral urbanisé et la haute montagne, aux **paysages remarquables et à la biodiversité exceptionnelle**. C'est aussi l'une des **plus grandes zones pastorales des Alpes-Maritimes**.

Le parc est très accessible pour les habitants du littoral, et pourtant son patrimoine naturel et culturel est sensible. C'est aussi un territoire sous-structuré en termes d'offre et d'infrastructure. Ainsi, a-t-il inscrit dans sa Charte des objectifs à atteindre, en cohérence avec sa stratégie Espace Valléen, qui doivent lui permettre de rester un territoire accueillant dans le respect des richesses qui le caractérisent :

- Développer un tourisme rural caractérisé par les valeurs et principes du slow tourisme.
- Développer une gouvernance territoriale avec les nouveaux territoires (EPCI) issus de la loi NOTRE
- Développer et encourager des modes de gestion des sites sensibles qui garantissent leur valorisation et leur préservation

Dès sa préfiguration, le Parc a identifié la sensibilisation et l'information comme faisant partie des réponses à apporter aux différents enjeux mis en avant dans la Charte du Parc.

Dans ce contexte, le Parc avait besoin d'une **compréhension fine des réalités de terrain** :

- Les pratiques et comportements : loisirs sportifs, élevage, chasse...
- Les profils des personnes : habitants ou visiteurs, touristes ou excursionnistes.
- Les sites les plus fréquentés

Pour être en capacité d'avoir une analyse de la situation et **identifier les actions opérationnelles à mettre en œuvre pour éviter** :

- Les pics de fréquentation de certains sites sensibles,
- Les comportements problématiques ou dangereux,
- Les conflits d'usages.



2. PRESENTATION DU PROJET ET DES REALISATIONS ASSOCIEES

Le dispositif Ambassadeurs a été créé en 2011 pour **répondre notamment à la problématique des conflits d'usages sur le territoire** du Parc naturel régional des Préalpes d'Azur engendrée par **le développement des activités de pleine nature** et la présence de **l'activité pastorale**. Cette recherche permanente de l'équilibre fragile entre valorisation, préservation et développement local est l'essence même de la mission tourisme du Parc.

Depuis 2016, la Région Sud et l'Union Européenne soutiennent le dispositif ambassadeurs dans le cadre de la stratégie Espace Valléen. Véritables éco-gardes, les ambassadeurs sont des agents du Parc qui ont des missions importantes et diversifiées :

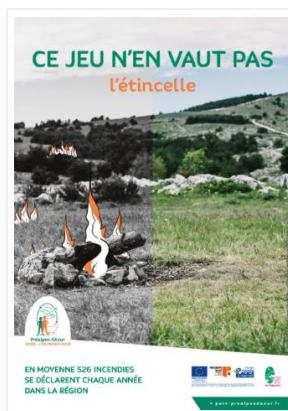
- **La sensibilisation sur les sites fréquentés et à enjeux est au cœur de leurs missions.** Les ambassadeurs ont un rôle de transmetteurs d'informations et d'éducateurs à l'environnement. Ils apportent des clés aux visiteurs leur permettant de mieux comprendre l'environnement dans lequel ils évoluent. Ils peuvent ainsi mieux le préserver et mieux interagir avec les autres usagers du lieu.
- **Les suivis et comptages de fréquentation sur les sites à enjeux du Parc** ont permis d'affiner la connaissance de cette fréquentation et des différentes activités pratiquées. Ces suivis sont maintenant réalisés en lien avec des mesures de gestion de la fréquentation des sites sensibles. Ils rentrent dans le cadre de la stratégie Espace Valléen qui, depuis 2016, guide les actions mises en place en matière de tourisme durable.
- **Les rencontres acteurs sont des temps d'échanges avec les professionnels (élus, commerçants, artisans, hébergeurs, restaurateurs, guides et accompagnateurs...) et habitants des Préalpes d'Azur.** Les ambassadeurs les informent sur les actions du Parc et recueillent leurs impressions et besoins.
- **Les interventions (formation-animation)** sont réalisées dans le cadre d'événements pendant lesquels les ambassadeurs tiennent des stands ou des parcours d'éducation. Il s'agit alors de présenter le Parc, ses enjeux et missions ainsi que le métier d'ambassadeur à des étudiants.
- **L'éco-veille et la récolte de données naturalistes** sont réalisées tout au long de l'année au gré des déplacements sur le terrain.

3. LES RESULTATS OBSERVES ET / OU ATTENDUS

Le Parc recrute en général 2 ambassadeurs qui assurent leurs missions toute l'année de sensibilisation des habitants, touristes et socioprofessionnels aux enjeux de sauvegarde et de préservation des territoires de montagne/moyenne montagne. Selon les années les bilans révèlent :

- **5 à 10 000 personnes qui sont « contactées » chaque année par le Parc :** personnes avec lesquelles les ambassadeurs échangent sur un ou plusieurs thèmes.
- **2 à 9 000 personnes qui sont « sensibilisées » chaque année par le Parc :** personnes avec qui l'échange a pour objectif d'éveiller leur sensibilité à différents thèmes, parmi lesquelles les visiteurs, des habitants et des socioprofessionnels.

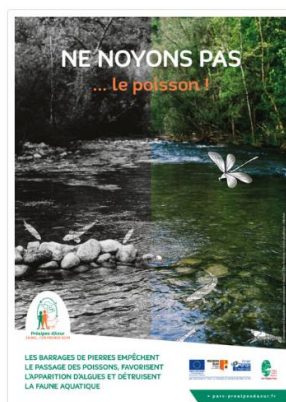
Les échanges, sur le terrain, avec les personnes ont aussi permis aux ambassadeurs de constater les principaux comportements problématiques et/ou dangereux. Cette analyse de terrain est à l'origine d'une **campagne de communication qui vise à promouvoir des gestes simples, à travers des messages positifs, adaptés à des réalités vécues.** Grâce au dispositif « ambassadeurs du Parc », cette campagne est aussi le fruit d'un **travail concerté avec une diversité d'acteurs locaux : les communes du territoire, les acteurs économiques et touristiques, mais aussi en associant des représentants du pastoralisme.**



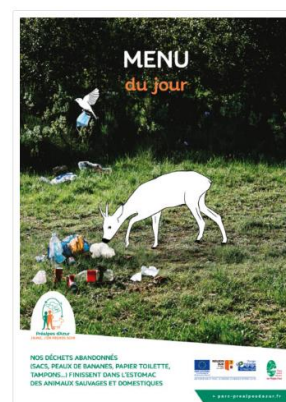
Le jeu n'en vaut pas l'étincelle



Le chien aboie ? il est en service



Ne noyons pas le poisson



Menu du jour

B – Les EFFETS et IMPACTS du PROJET

Types d'impacts	Note (de 1 à 4)	Commentaires
Structuration et organisation des acteurs de l'écosystème touristique / territorial	3	Les ambassadeurs sont en contact réguliers avec les OT et les socioprofessionnels, pour les sensibiliser mais aussi pour faire remonter à travers eux des conflits d'usage ou autres difficultés observés sur le territoire.
Valorisation des patrimoines naturels et culturels	3	L'ensemble des messages des ambassadeurs, en direct sur le terrain ou à travers la campagne de communication/sensibilisation, visent à valoriser les patrimoines pour mieux les préserver. L'objectif est d'atteindre un résultat de préservation sans interdire mais en sensibilisant par la connaissance.
Valorisation des savoir-faire locaux	2	Un travail important a été réalisé pour le pastoralisme. D'autres savoir-faire doivent être valoriser eux aussi comme la pierre sèche. C'est un chantier en cours.
Structuration d'un réseau / dynamique de coopération	3	L'un des objectifs du dispositif ambassadeurs est de recréer du dialogue sur les sites, là où les conflits d'usage ne génèrent que de l'incompréhension et de la frustration. Ce n'est pas du réseau à proprement parler, mais il y a bien une dynamique de coopération entre les acteurs, tous usagers des sites.
Développement du tourisme estival	1	Les ambassadeurs n'ont pas vocation à développer la fréquentation des sites en saison estivale. En revanche, ils travaillent en prise directe avec les touristes et sont en capacité de les conseiller pour des découvertes et des expériences de meilleure qualité : éviter les heures caniculaire, préférer des sites faiblement fréquentés, connaître les jours et zones de chasse ...
Développement du tourisme désaisonnalisé	1	Comme pour le tourisme estival, les ambassadeurs participent au développement de la qualité de l'expérience. Ils ne représentent pas une offre touristique, en revanche, ils apportent un conseil adapté, comme un office de tourisme mais exclusivement sur les patrimoines naturels et culturels du territoire.
Structuration et visibilité de l'offre touristique	2	Les ambassadeurs disposent d'un livret qui présente une carte du territoire avec ses patrimoines à valoriser et protéger. Indirectement, ils participent à une meilleure diffusion des flux.
Développement d'une offre de découverte de loisirs, sportive et itinérante	2	Indirectement, les ambassadeurs apportent une connaissance et des conseils qui favorisent la découverte du territoire et les activités de loisirs adaptées aux enjeux de préservation.

C – PLUS-VALUE, LIMITES de l'intervention du POIA et PERSPECTIVES pour 2021-2027

La subvention FEDER POIA a amplifié la portée du projet. Le dispositif ambassadeurs a été consolidé et professionnalisé. Les moyens alloués ont par exemple permis de construire des outils qui aujourd'hui se transmettent entre ambassadeurs.

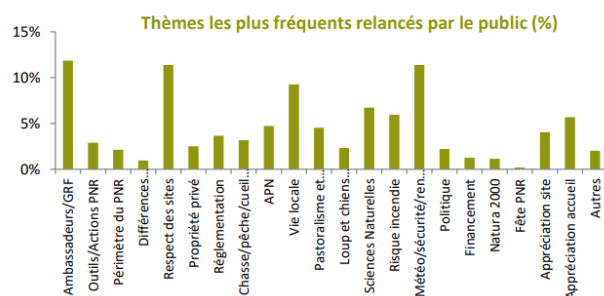
Si les objectifs / missions confiées aux ambassadeurs sont les mêmes que ceux identifiés en 2011, sous réserve de quelques évolutions de contexte, en revanche, le financement a indéniablement offert de la pérennité et un certain confort au déploiement du dispositif (50% du coût total). La présence des ambassadeurs a pu être maintenue sur les 4 saisons.

Le dispositif ambassadeurs a permis de créer un lien entre l'ensemble des chargés de missions et les acteurs du territoire : élus, habitants, socioprofessionnels. Le dialogue est ouvert sur le territoire du Parc. De plus les données que les ambassadeurs font remonter aux équipes du Parc ont une réelle valeur pour orienter les actions de mise en œuvre de la Charte.

Extrait du bilan ambassadeurs 2021 :

Données récoltées par les ambassadeurs lors de 128 tournées :

	Nombre de passages	Nombre de personnes contactées	Nombre de personnes croisées
Secteur 1	47	934	3 062
Secteur 2	34	557	1 496
Secteur 3	21	287	715
Secteur 4	18	233	629
Secteur 5	43	1 197	3 521
TOTAL		3 208	9 423



Globalement satisfait des modalités de mise en œuvre et de la gouvernance du POIA, l'Espace Valléen Parc Naturel Régional des Préalpes d'Azur souligne les difficultés rencontrées et des pistes d'amélioration éventuelles :

- **Le manque d'accompagnement en amont** pour la définition du projet/stratégie Espace Valléen, alors que la mise en œuvre a été riche d'échanges réguliers, de formations et de conseils avec les agents de la Région ;
- **La lourdeur administrative** inhérentes aux fonds européens qui rend la démarche très complexe pour les bénéficiaires ;
- **La spécificité des indicateurs** qui peuvent nuire à la dimension globale et transversale du projet.

Avec le dispositif ambassadeurs, le Parc, qui reste un jeune Parc a réussi à :

- **S'intégrer dans le paysage des acteurs locaux ;**
- Traduit concrètement les **engagements de sa Charte ;**
- **Gagner en visibilité mais surtout en lisibilité** auprès de l'ensemble des publics : il est mieux compris dans ses valeurs et ses missions.

Avec la crise sanitaire, le dispositif ambassadeurs a encore démontré son utilité pour accompagner la nouvelle fréquentation par des publics souvent urbains qui ne connaissent pas les règles et codes de la montagne et moyenne montagne. Le phénomène déjà constaté s'est donc amplifié. Le Parc compte sur ses ambassadeurs pour apporter une réponse adaptée à ces publics.

MISE EN VALEUR MUSEOGRAPHIQUE DU SITE DE L'ABBAYE DE BOSCODON

Réhabilitation et / ou mise en tourisme de sites emblématiques



OS01-PI06c	Accroître la découverte estivale du massif par la valorisation du patrimoine naturel et culturel				
COÛT TOTAL	132 450 €	FEDER	66 225 €	ÉTAT DE L'OPÉRATION	Finalisé
BÉNÉFICIAIRE	Association des amis de l'Abbaye de Boscodon			TERRITOIRE	Commune de Crots - Espace valléen Pays Sud

A – Présentation du PROJET et de ses RESULTATS OBSERVES et / ou ATTENDUS

1. PRESENTATION DU CONTEXTE

Le monument concerné par le projet de muséographie est une abbaye du XIII^{ème} siècle s'inscrivant dans un réseau d'itinéraires reliant initialement plusieurs abbayes dont elle est aujourd'hui l'une des seules à ne pas être en état de ruines. Ces chemins rassemblent chaque année des passionnés d'histoire et des randonneurs qui souhaitent visiter les différents sites et observer le riche patrimoine naturel environnant.

Le site de l'abbaye de Boscodon fait l'objet depuis plusieurs décennies d'une **restauration visant à lui rendre son aspect initial et lui donner un rôle au sein du territoire qu'elle occupe**. Dans les années 70, un prêtre a reçu un don et a constitué l'association des amis de Boscodon afin de doter de ce legs et racheter l'abbaye. Démembrée à la révolution et devenue par la suite un hameau agricole, la restauration de l'édifice a duré près de 40 ans et a rencontré certaines difficultés sur le plan technique.



« Cela a été un chantier énorme qui a en plus peiné à avoir des financements au départ car personne ne voyait d'intérêts financiers dans un tel projet »

Pierre DELPRAT, Trésorier de l'association des amis de Boscodon de 2015 à 2016

Le relevage du bâti terminé, un programme culturel (expositions, spectacles) et de visite de l'édifice a été prévu sur le site. **C'est en 2015 que la volonté d'établir un projet d'espace muséographique a émergé.**

2. PRESENTATION DU PROJET ET DES REALISATIONS ASSOCIEES

L'espace muséographique a représenté **une dépense totale d'environ 120 000 €** qui a été financée par les fonds FEDER pour plus de la moitié mais aussi par la Région Sud-Provence-Alpes-Côte-d'Azur. **L'association a pris en charge 20% du coût** des travaux. Dans ce cas, le réseau d'acteurs liés aux espaces valléens n'a pas été un élément majeur dans la mise en œuvre et le montage du dossier n'a pas représenté une difficulté majeure. En revanche **la phase conception du projet** a nécessité l'intervention d'un bureau d'études. Cela a considérablement favorisé la **crédibilité du dossier** par rapport aux critères des aides accordées.

Le projet, finalisé en 2018, comporte un ensemble de salles destinés à des thématiques différentes :

- Une **salle dédiée aux techniques de construction** qui vise à mettre en valeur les matériaux et les techniques utilisées à l'époque de la construction de l'abbaye.
- Un **espace consacré à la vie dans l'abbaye** (travail, prière), son organisation au quotidien et l'histoire de l'édifice.

- Une pièce entièrement vouée à la **présentation des travaux effectués**.
- Une dernière salle jouant un rôle de réception des visiteurs et de **démonstration** (exemple : présentation de la construction d'un arc roman en manipulant des miniatures et des maquettes).

Ces différentes expositions rassemblent un niveau de lecture varié. Un premier niveau est d'abord **destiné aux enfants** avec des jeux pour qu'ils puissent s'imprégner de l'histoire de bâtiment et attirer les **familles**. Par la suite, un ensemble d'affiches ou d'illustrations d'époque sont affichées afin que les « simples visiteurs » puissent avoir une **compréhension globale et claire du lieu qu'ils visitent**. **Pour les publics plus avertis**, un troisième niveau de lecture est proposé via des enregistrements audios, vidéos et des tablettes sur lesquelles il est possible de consulter des sources documentaires.



L'espace muséographique s'inscrit dans un système de visites gratuites et payantes du site qui permettent à l'association de se générer du revenu. La simple visite du site est gratuite mais l'accès à l'espace muséographique et les visites guidées sont à un tarif payant. En complément, une librairie spécialisée a également été mise en place sur le site.

Dans un **esprit de proximité**, l'association a travaillé en partenariat avec les artisans et les commerçants locaux dans la mise en œuvre du projet. Ce sont des entreprises du territoire qui sont intervenues avec des **matériaux (bois et pierre) locaux** afin de valoriser le savoir-faire des environs.

3. LES RESULTATS OBSERVES ET / OU ATTENDUS

Aujourd'hui, l'abbaye de Boscodon est un acteur du tourisme printanier et estival reconnu sur le territoire entourant le lac de Serre-Ponçon. Jusqu'en 2019 entre **10 et 12 000 personnes visitaient annuellement** le site via des entrées payantes. Sur cette même année, les bénéfices pour l'association **se sont élevés à près de 90 000 €**.

« Sur toute la décennie (2010-2019) la fréquentation n'a cessé d'augmenter »

Pierre DELPRAT

Les activités liées aux visites payantes représentent d'ailleurs environ **45%** du revenu de la structure et **sont vitales pour son fonctionnement**. L'espace muséographique en plus de faire vivre l'association et d'augmenter sensiblement ses ressources, permet **d'employer deux salariés** durant la pleine saison. Plus globalement, le projet s'intègre dans la **revalorisation de la vallée de Boscodon**. La vallée, riche de son patrimoine naturel et de ses sommets atteignant plus de 3000m, attire chaque année entre 70 000 et 100 000 visiteurs. Les visites et les itinéraires proposées par l'association mettent en valeur ce patrimoine et sensibilisent les visiteurs à la conservation du milieu naturel et plus globalement des espaces de montagne.

B – Les EFFETS et les IMPACTS du PROJET

Types d'impacts	Note (de 1 à 4)	Commentaires
Structuration et organisation des acteurs de l'écosystème touristique / territorial	3	Des collaborations existent avec la ville de Briançon ou le site de Mont-Dauphin pour avoir des tarifications communes par exemple. Ensemble, ils essaient également de revaloriser et renforcer l'offre touristique du département des Hautes-Alpes.
Valorisation des patrimoines naturels et culturels	4	L'association organise des journées nature en partenariat avec l'Office National des Forêts. Les visiteurs découvrent les différentes espèces de végétation. L'association prend également en charge les auteurs et les artistes qui viennent en résidence sur le site pendant quelques jours.
Valorisation des savoirs-faire locaux	3	Des associations locales (dans un rayon de 50km) viennent effectuer des travaux pour changer les

		installations comme le chauffage et faire des travaux dans l'abbaye tel que la boiserie.
Structuration d'un réseau / dynamique de coopération	1	Il n'y a pas eu dans ce cas de partage d'expérience avec les autres acteurs de l'espace valléen concerné. Les dynamiques de réseau et de partenariat ont eu lieu avec d'autres acteurs locaux.
Développement du tourisme estival	3	Cela est toujours difficile à chiffrer. Cependant, le chiffre d'affaires annuel a augmenté, surtout en pleine saison (du 15 Juin jusqu'à septembre).
Développement du tourisme désaisonné	2	L'offre en termes d'activités que propose l'abbaye de Boscodon permet de développer sur le territoire le tourisme estival. En revanche, la fréquentation baisse drastiquement à l'arrivée de l'automne et les activités sont mécaniquement restreintes (notamment les concerts).
Structuration et visibilité de l'offre touristique	4	Les offices de tourisme vont jouer un rôle non négligeable sur la visibilité du site et vont le relayer sur internet et dans la presse. Les itinéraires de randonnée sont en train de se mettre en place autour de l'abbaye et cela participe à la structuration de l'offre touristique.
Développement d'une offre de découverte de loisirs, sportive et itinérante	4	La mise en place du projet permet à la vallée de Boscodon de proposer de nouvelles activités en complément de celles déjà existantes. L'espace muséographique renforce la position de l'abbaye comme étant un passage important au sein des itinéraires de randonnée mais aussi dans la programmation d'événements culturels (expositions, concerts).

C – PLUS-VALUE, LIMITES de l'intervention du POIA et PERSPECTIVES pour 2021-2027

La subvention POIA a été capitale pour le projet en jouant véritablement un rôle déclencheur. Sans ces financements, le projet aurait été inenvisageable. Lorsque l'espace muséographique de l'abbaye a été pensé, les fonds européens sont tout de suite apparus comme un élément clé du mode de financement.

Pour l'association des Amis de Boscodon les fonds ont eu impact très important pour assurer **la notoriété et le rayonnement** du site et assurer de fait **sa pérennité économique**. Même si la structure bénéficie de ressources propres liées aux visites, à la librairie, aux legs et aux contributions des adhérents, celle-ci a néanmoins besoin de financement comme le FEDER pour investir dans de nouveaux projets et assurer sa viabilité sur le moyen-long terme.

L'intervention du POIA pour l'abbaye de Boscodon a :

- **Déclenché la mise en place d'un projet** proposant un espace de qualité et connecté (*ex : présence d'équipements numériques*)
- **Pérennisé l'association** et lui assurant un avenir viable.
- **A été mise en difficulté par la crise sanitaire** et ses conséquences.
- Permet aujourd'hui de penser à **de futurs investissements** (*ex : augmenter la qualité et la quantité de la programmation culturelle*)

La pandémie a durement impacté l'association par **la réduction du nombre de visiteurs en 2020 et 2021**. Cette baisse a eu comme conséquence une **baisse de 30% de la programmation des événements culturels** comme les concerts, les conférences ou autres ateliers pédagogiques. L'association des amis de Boscodon s'est fixé l'objectif pour les prochaines saisons de revenir au niveau de fréquentation avant-covid. En outre, elle souhaite s'appuyer sur la proximité du lac de Serre-Ponçon, qui représente **50%** de l'activité touristique du département et qui est donc susceptible de lui apporter de la visibilité.

Pour autant, à l'échelle du lac de Serre-Ponçon, il est nécessaire d'opter pour un tourisme « raisonné » au regard des conséquences fortes du tourisme sur l'accès au logement pour les populations résidentes ou désirant s'installer durablement du fait de l'achat croissant de résidences secondaires provoquant une hausse des prix des loyers conséquente, un phénomène qui s'est accentué à la suite de la crise sanitaire. Il s'agit donc d'un paramètre à prendre en compte concernant la gestion de la fréquentation. A ce titre, l'Abbaye de Boscodon constitue aussi une expérience de visite complémentaire, pouvant permettre d'étaler les flux touristiques dans le temps et dans l'espace.

RECONSTRUCTION D'UNE ANCIENNE MAISON D'ALPAGE : CREATION DU REFUGE DU PIC DU MAS DE LA GRAVE					Création de refuge	
OS01-PI06c	Accroître la découverte estivale du massif par la valorisation du patrimoine naturel et culturel					
COUT TOTAL	552 590,33 €	FEDER	100 000 €	ETAT DE L'OPERATION		Finalisé
BENEFICIAIRE	SARL DLC POLYTE		TERRITOIRE	Espace valléen Briançonnais Commune de la Grave		

A – Présentation du PROJET et de ses RESULTATS OBSERVES et / ou ATTENDUS

1. PRESENTATION DU CONTEXTE

Situé au cœur du site Natura 2000 Goléan -Emparis, au pied du Pic du Mas de la Grave et des Aiguilles d'Arves, à 1944 mètres d'altitude, et accessible à pied depuis la station du Chazelet, le projet de refuge concerne les ruines d'une ancienne maison d'alpage. Initialement, et jusque dans les années 60, la bâtisse servait de bâtiment d'alpage : les éleveurs y séjournaient, fauchaient les près et produisaient le fromage durant l'été. Le bâtiment a été vendu à la commune, à fin des années 60, soumis aux aléas (conditions climatiques, tempête de 1999) et en l'absence d'entretien, le bâtiment s'est dégradé.

Le porteur de projet, président d'une association de randonnée et passionné de montagne, a détecté le potentiel de réhabilitation de cette dernière : la ruine est idéalement située sur un chemin de randonnée, des liaisons sont possibles avec les autres refuges du massif, l'emplacement et le cadre de la ruine sont exceptionnels puisqu'il est positionné en face de la Meije.

C'est en 2014 que la volonté de rénovation de la ruine en un refuge de haute montagne a émergé. Les porteurs de projet ont conclu un bail emphytéotique (70 ans) auprès de la commune.



Figure 1 : Ruines du refuge - Source site internet du refuge

2. PRESENTATION DU PROJET ET DES REALISATIONS ASSOCIEES

La rénovation du refuge a représenté une dépense totale d'environ **552 590,33 €** qui a été financée à moitié par les fonds FEDER POIA, la région Auvergne Rhône- Alpes et l'Etat. La société a pris en charge le reste des coûts liés au travaux en finançant le projet à travers ses fonds propres et un prêt bancaire. Le montant de l'investissement nécessaire a incité les porteurs de projet à se renseigner sur les aides existantes pour ce type de projet, la commune a orienté ces derniers vers l'espace valléens du Briançonnais. Le projet étant cohérent avec la stratégie et le positionnement de la destination touristique, la société a monté trois dossiers auprès des trois financeurs publics précités. L'élaboration du plan de financement n'a pas présenté de difficultés, l'attribution du prêt a été déterminant, puisqu'il a permis à la société d'avoir la trésorerie suffisante afin de financer les travaux. Les délais de versements de la subvention FEDER – POIA est jugée quant à elle, lente (environ 2 ans). La mise en œuvre et le montage du projet POIA a représenté une charge administrative importante et les processus de sélection des projets sont jugés opaques.

Les objectifs quantitatifs initiaux du projet sont les suivants :

- Créer un refuge d'une capacité d'accueil de 27 places répartis en 7 petits dortoirs ainsi qu'un bâtiment annexe (bâtiment de secours) doté de 4 places également.
- Atteindre 2000 nuitées/ an
- Une ouverture sur 5/6 mois par an

Les travaux ont été amorcés en 2015, le refuge a été ouvert en 2017. La réalisation des travaux a été effectuée par des artisans et entrepreneurs locaux. La restauration du lieu et sa valorisation en refuge ont été conçues, en termes d'esthétisme, en cohérence avec l'architecture et le patrimoine local. Par ailleurs, au regard de l'isolement du lieu, l'objectif d'autonomie énergétique du refuge a été intégré : une source d'eau a été captée, des panneaux solaires et une installation solaire photovoltaïque assurant l'alimentation électrique du refuge ont été installées, des poêles à bois permettant un appoint en chauffage et un système d'épuration ont également été mis en place.



Figure 2 : Le refuge en hiver - Site Internet Refuge du Pic du Mas de La Grave

Le refuge comporte :

- Un salon, pièce centrale, servant de lieux de rencontre et où les repas sont servis
- 32 places de couchage : des dortoirs de 4 à 6 places
- Une terrasse et un sauna finlandais
- Un service de restauration assurant un dîner et un petit déjeuner, le refuge propose également de fournir des pique-niques
- Un service de restauration le midi ouvert à tous, proposant des repas « faits maison »



Figure 3 : Le refuge l'été - Site Internet du Pic du Mas de La Grave

3. LES RESULTATS OBSERVES ET / OU ATTENDUS

Le refuge du Pic du Mas de la Grave, est un établissement touristique reconnu et majeur dans le massif de La Meije. Bien qu'impacté par le covid, les données de fréquentation annuelles du refuge sont de l'ordre de **2000 nuitées / an**, les objectifs initiaux sont atteints. De même, les objectifs du business plans fixés par les porteurs sont considérés comme atteints par ces derniers.

L'esthétique du refuge est une réussite et participe à valoriser le patrimoine local et les savoirs faire locaux. Le projet diversifie également l'offre touristique globale du massif, et s'adresse à un public varié, notamment des excursionnistes, à travers l'offre de restauration du midi. Le projet développe et complète le réseau de refuge et renforce donc **l'attractivité du massif**.

B – Les EFFETS et IMPACTS du PROJET

Types d'impacts	Note (de 1 à 4)	Commentaires
Structuration et organisation des acteurs de l'écosystème touristique / territorial	3	Le refuge collabore étroitement avec les guides- accompagnateurs de haute montagne et les offices du tourisme, sur l'organisation de séjours d'itinérance (été et hiver) : le refuge est un des seuls refuges ouverts pendant la saison hivernale, ce qui constitue une plus-value importante pour le territoire et plus globalement sur l'offre hivernale de séjours d'itinérance (ski de randonnée notamment).
Valorisation des patrimoines naturels et culturels	4	Le refuge travaille conjointement avec les acteurs de valorisation des patrimoines naturels et/ou culturels (OT, guides de montagne...): le refuge est un lieu de passage et permet aux randonneurs de poursuivre leur itinérance et jouir des patrimoines naturels. Par ailleurs, des activités et itinéraires sont proposés au départ du refuge (randonnées en étoile depuis le refuge, proposition sur le site internet de nombreuses activités en hiver et été).
Valorisation des savoir-faire locaux	4	La rénovation du refuge a été réalisée par des entreprises locales durant deux saisons de chantier. Plus d'une dizaine d'artisans ont été mobilisés et ont valorisé le bâtiment d'alpage en assurant une

		cohérence architecturale afin que le refuge s'inscrive dans l'harmonie globale des refuges de haute montagne. Le refuge s'approvisionne également via des circuits courts (viandes, fromages, légumes) pour l'offre de restauration, des retombées économiques et une activité économique induites sont générées, participant à valoriser les acteurs locaux.
Structuration d'un réseau / dynamique de coopération	4	Le refuge s'est mis en réseau avec plusieurs refuges du massif : refuge du Golérons, refuge du plateau d'Emparis. Les refuges travaillent sur l'aspect réseau et collaboration notamment dans la proposition d'itinérance à l'échelle du massif.
Développement du tourisme estival	4	Le projet a permis de créer une nouvelle offre d'hébergement et de service et a termes, la fréquentation va se stabiliser à 2500 à 3500 nuitées par an. Le projet participe donc à renforcer le tourisme estival en proposant une nouvelle offre d'hébergement d'une part, et d'autre part, en proposant un nouveau service à des excursionnistes. Le projet couvre donc des besoins et usages divers.
Développement du tourisme désaisonnalisé	3	L'objectif initial du projet était de développer une offre pour la période estivale et de développer la pratique de la randonnée. Si le refuge est gardé de février à mars et de mi-juin à mi-septembre pour le moment, car les périodes intermédiaires sont jugées comme peu propice à l'activité en montagne, il n'est pas exclu dans les années qui viennent d'ouvrir davantage le refuge et de couvrir davantage les ailes de saison .
Structuration et visibilité de l'offre touristique	4	Le refuge bénéficie du soutien très efficace de l'Office de tourisme en termes de visibilité et de structuration de l'offre. De nombreux articles de presses ont été publiés, et ont participé à la notoriété du refuge. Aujourd'hui, le refuge est connu et s'inscrit dans l'offre touristique du massif.
Développement d'une offre de découverte de loisirs, sportive et itinérante	4	Le refuge du Pic du Mas de La Grave, contribue à compléter le maillage de refuge du massif. Le refuge renforce l'attractivité des chemins de randonnées existants.

C – PLUS-VALUE, LIMITES de l'intervention du POIA et PERSPECTIVES pour 2021-2027

Le FEDER POIA constitue un levier financier et a permis d'accompagner la réalisation du projet, le projet aurait pu être financé sans le FEDER POIA mais aurait eu des incidences sur l'entreprise (un recours plus important au prêt bancaire et/ou un projet revu à la baisse). Le FEDER POIA, et plus globalement la stratégie de l'espace valléen, n'ont pas eu d'impact significatif sur la réalisation du projet (structuration/réalisation), sachant que le projet avait été structuré dès le départ, en amont de l'élaboration de la stratégie EV.

Néanmoins, le fonds FEDER a permis pour le refuge :

- La réalisation d'un projet ambitieux en proposant une rénovation de qualité et pleinement cohérent dans le paysage ;
- De « légitimer » le projet, en l'inscrivant dans une stratégie locale de développement ;
- D'assurer et de renforcer la viabilité économique de l'entreprise.

Le projet est une réussite et est viable économiquement. Après quatre années d'exploitation par les associés, le refuge est mis en gérance à une gardienne.

Par ailleurs, les principales difficultés citées par les porteurs sont :

- Au niveau de l'espace valléen, le porteur estime qu'une certaine opacité existe sur le dispositif : pas ou peu de communication a été réalisée auprès des acteurs privés. De même, les modalités de sélection mériteraient d'être davantage lisibles.
- Les délais d'instruction et d'attribution des subventions sont jugés comme trop lents.
- La lourdeur administrative du dispositif est également citée : de nombreux aller-retour avec le contact régional ont dû être fait, afin de clarifier ce qui est finançable, les lignes de partage sont jugées comme peu claires. En termes d'accompagnement, la multiplication des contacts / référents à ajouter de la lourdeur et une perte d'efficacité dans le suivi du projet. Le porteur regrette l'absence d'un référent unique, ce paramètre a engendré une perte de temps.
- Globalement le porteur estime que le montage du projet a été une difficulté et nécessiterait un accompagnement d'avantage soutenu, notamment pour des structures privées moins habituées à ce type de dossier. La mise en place d'un référent fixe et d'une maquette standard pourraient constituer une piste d'amélioration conséquente.

TRAVAUX DE CONSTRUCTION DE L'ESPACE VITRINE DU MASSIF DES BARONNIES PROVENÇALES

Découverte du patrimoine naturel

OS01-PI06c	Accroître la découverte estivale du massif par la valorisation du patrimoine naturel et culturel				
COUT TOTAL	325 675,47 €	FEDER	123 073 €	ETAT DE L'OPERATION	Finalisé financièrement mais non-abouti
BENEFICIAIRE	Syndicat mixte du parc naturel régional des Baronnies Provençales			TERRITOIRE	Espace valléen du Lubéron



A – Présentation du PROJET et de ses RESULTATS OBSERVES et / ou ATTENDUS

1. PRESENTATION DU CONTEXTE

Le Parc Naturel Régional des Baronnies Provençales est situé au sein d'un entrecroisement de plusieurs massifs (Vercors, Ventoux) et occupe un espace géographique particulier entre la Drôme et les Hautes-Alpes. Cette position spécifique lui permet de profiter **d'une diversité de paysages importante**, mélangeant la garrigue et des pentes au caractère plus boréal. Néanmoins, c'est au niveau géologique que le parc est le plus connu. Les reliefs que celui-ci offre sont remarquables et la roche qui apparaît de manière omniprésente sur le massif est très riche en fossiles, due à la présence d'un ancien océan il y a près de 150 millions d'années.

En tant que structure, le Parc est **relativement récent** puisqu'il a été créé en 2015. Un syndicat de préfiguration existait depuis 2007 mais n'était pas reconnu comme un parc naturel régional à part entière. Aujourd'hui, le PNR dispose d'une trentaine d'agents et de ses propres locaux. C'est d'ailleurs dans le cadre de la **construction de nouveaux locaux** que le projet soutenu a émergé. Les bâtiments sont situés à 15km de Nyons sur une ancienne route nationale transformée en départementale. La location a été réfléchi au travers de cet axe car il est le plus important du massif des baronnies et que chaque jour, en période estivale, environ 20 000 passages sont enregistrés.

2. PRESENTATION DU PROJET ET DES REALISATIONS ASSOCIEES

Grâce aux fonds octroyés par le POIA, le PNR des Baronnies Provençales a souhaité mettre en place, en plus des locaux réservés aux bureaux de la structure, **un espace vitrine consacré au Parc**.

L'objectif : avoir un lieu pour présenter le territoire et ses enjeux et d'en faire un lieu vivant avec des activités et des présentations amenées à changer régulièrement.



Photo issue du site internet du PNR des Baronnies Provençales

L'espace se décompose en deux parties :

- **Un lieu d'accueil** comportant une partie d'information touristique et qui parle du territoire via une exposition permanente. Celle-ci est composée de panneaux et d'objets visant à rendre interactif et ludique les présentations, notamment pour les familles. L'exposition permanente est organisée autour de 7 questions qui abordent différents sujets concernant le massif comme son histoire, l'agriculture, encore le pastoralisme.
- **Une grande salle d'environ 70 m² a été aménagée et entièrement consacrée à une exposition temporaire.** Il s'agit de proposer des expositions qui ne correspondent pas à des thématiques ou des activités traitées dans d'autres sites / musées à l'échelle du territoire du PNR des Baronnies Provençales (ex. Olives de Nyons). Au moment de l'entretien avec des responsables du PNR, la thématique en élaboration dans cette salle était : « *La nuit dans le massif* ».

Cet espace a été **éco-conçu** et a de **très bonnes performances énergétiques**. Il possède un système de refroidissement qui n'est pas de la climatisation mais également des panneaux solaires. Le bâtiment a été construit avec des matériaux locaux, en partenariat avec des entreprises du territoire. De plus, **les éléments d'expositions sont réutilisables** pour permettre aux futures présentations d'être moins coûteuses tout en proposant toujours un contenu qualitatif. La cadence de roulement des expositions est prévue tous les deux ans.

Les fonds du POIA (**123 073 €**) ont entièrement été dédiés à cet espace d'accueil au public et non pas à l'aménagement des bureaux également présents dans le bâtiment.

3. LES RESULTATS OBSERVES ET / OU ATTENDUS

Les fonds POIA ont eu un **effet amplificateur** car ils ont permis de donner au projet une dimension qu'il n'aurait pas eu. Au niveau de l'emploi, l'accueil était jusqu'à maintenant administratif mais **la perspective d'un emploi saisonnier se dessine de plus en plus**. Ce poste serait destiné à faire d'une part de l'accueil mais aussi l'accompagnement des acteurs travaillant sur les enjeux traités par les expositions afin **d'établir des connexions**. A titre d'exemple, des observatoires privés qui organisent des visites guidées peuvent être intéressés par la démarche du PNR. L'idée derrière serait de potentiellement de collaborer avec ces organisations pour faire des expositions pouvant croiser plusieurs regards. Cela permettrait aussi de **travailler sur une économie touristique** mais également de **valoriser certaines filières comme le bois**.

En revanche, **il est difficile aujourd'hui de chiffrer et même de mesurer l'impact du projet**. Cet espace vitrine avait une ouverture prévue pour 2021 mais les élus l'ont reportée. Cette décision, a eu lieu à la suite de la faible fréquentation lors de l'ouverture temporaire durant l'été 2021. L'ouverture officielle aura donc lieu pendant l'été 2022.

B – Les EFFETS et les IMPACTS du PROJET

Etant donné l'état actuel du projet, la notation s'est effectuée en prévision des impacts espérés.

Types d'impacts	Note (de 1 à 4)	Commentaires
Structuration et organisation des acteurs de l'écosystème touristique / territorial	1	La maison du Parc et plus particulièrement l'espace vitrine a vocation à présenter le territoire et ses enjeux aux visiteurs, et notamment aux touristes. Il doit rassembler une partie de l'information touristique prétraitée par les Offices de tourisme. Dans ce sens, indirect, il peut représenter une aide à l'organisation des acteurs touristiques puisqu'une intégration dans les réseaux des Offices de tourisme, représentera une reconnaissance indirecte du Parc.
Valorisation des patrimoines naturels et culturels	4	L'espace vitrine présentera, à partir d'une exposition permanente et temporaire, les enjeux du territoire et, en priorité, ceux liés aux patrimoines naturels et culturels, et à leur préservation . Les thématiques abordées dans l'exposition temporaire sont les suivants : histoire géologique, histoire humaine, agriculture, pastoralisme, patrimoines naturels, nuit, ... La première exposition présentera les enjeux associés à la nuit, à partir de la façon dont Jean Giono évoque la nuit. Les thématiques abordées concernent les patrimoines naturels, culturels, la préservation de la qualité du ciel nocturne.
Valorisation des savoirs-faire locaux	3	Dans le cadre de l'exposition permanente, les savoir-faire locaux seront évoqués. De même, les partenaires qui bénéficient de la marque « Valeurs Parc » bénéficieront d'une présentation spécifique. La Maison du Parc, conçue et réalisées par une équipe locale (architecte, artisans, etc.) est en elle-même un outil de promotion des savoir-faire locaux autour de l'écoconstruction (bâtiment à économie positive).
Structuration d'un réseau / dynamique de coopération	3	La conception et l'animation de l'espace vitrine engage des partenariats avec les acteurs concernés par les thématiques de l'exposition temporaire.

Développement du tourisme estival	2	L'ouverture de la Maison du Parc avec une offre originale (muséo/scénographie) viendra conforter des flux et une fréquentation importante pendant la période estivale. Ils ne susciteront pas toutefois de flux nouveaux.
Développement du tourisme désaisonné	3	Cette offre sera toutefois originale pour les périodes hors été, dans la mesure même où les propositions se font plus rares.
Structuration et visibilité de l'offre touristique	2	En fonction de la thématique choisie de l'exposition temporaire, elle mettra en avant une thématique et des acteurs concernés par celle-ci.
Développement d'une offre de découverte de loisirs, sportive et itinérante	1	Il peut être envisagé, en fonction des thématiques, des possibilités de découvertes nouvelles associées à l'exposition. Si pour la première exposition temporaire, le travail a essentiellement porté sur la création d'une exposition, il est envisagé pour les suivantes, d'accompagner l'exposition de propositions d'animations spécifiques, outils pédagogiques, etc.

C – PLUS-VALUE, LIMITES de l'intervention du POIA et PERSPECTIVES pour 2021-2027

Le POIA a véritablement permis de mettre en place cet espace vitrine. Même si des travaux étaient déjà prévus pour construire des bureaux, ce sont les fonds européens qui ont amplifié l'ambition initiale en réalisant également ces éléments supplémentaires. Ce projet a pour objectif sur le moyen et long terme d'une part :

- **D'apporter de la visibilité** au parc naturel régional, à son patrimoine (naturel et culturel) ;
- **D'offrir une nouvelle offre touristique** sur le territoire ;
- **De structurer un réseau entre les acteurs** qui mettent en valeur le territoire et le font vivre.

Les difficultés qu'ont pu connaître les bénéficiaires dans le cadre de la mise en œuvre du **projet relèvent essentiellement de la complexité administrative**. Même si les porteurs du projet louent la facilité avec laquelle ils ont pu avoir des contacts avec la région, il y a eu une rupture dans la conduite de projet à la suite du **départ de l'agent en charge des démarches au sein du PNR**, compliquant de fait le suivi du dossier. Il a également été difficile de faire comprendre l'articulation des financements à la région car les fonds POIA avait pour vocation d'être uniquement distribués pour la construction de l'espace vitrine.

Au vu de la situation actuelle, **il n'est pas possible à ce jour de chiffrer et de mesurer les impacts du projet**. Néanmoins, le PNR des Baronnies Provençales souhaite au travers de cet espace vitrine **problématiser les thématiques abordées** par les expositions autour des enjeux concernant le réchauffement climatique dans le massif.

CREATION DE L'ESPACE MONTAGNE ET OLYMPISME

Création de lieu
de promotion
touristique

OS01-PI06c	Accroître la découverte estivale du massif par la valorisation du patrimoine naturel et culturel				
COUT TOTAL	1 237 769,45 €	FEDER	395 000 €	ETAT DE L'OPERATION	Finalisé
BENEFICIAIRE	Communauté d'agglomération Arlysère			TERRITOIRE	EV Arlysère (Savoie)



A – Présentation du PROJET et de ses RESULTATS OBSERVES et / ou ATTENDUS

4. PRESENTATION DU CONTEXTE

La création de l'**Espace Montagne & Olympisme**, porté par la Communauté d'Agglomération Arlysère, sur la commune d'Albertville répondait à la volonté de renouveler un lieu de mémoire devenu vétuste à partir d'un site préexistant : la Maison des XVI^{ème} Jeux Olympiques d'Hiver d'Albertville et de la Savoie (1992). A l'origine, « **Traces Olympiques** » était donc historiquement implanté au centre-ville d'Albertville dans un bâtiment occupé en 1992 par le Comité d'Organisation des Jeux Olympiques (COJO). Dans le cadre de sa modernisation, le site a tout d'abord été déménagé au sein de la Halle Olympique, qui avait accueilli notamment plusieurs épreuves sportives de glace, pour devenir **Tremplin 92 Montagne et Olympisme**.



La finalité du projet consistait à **mieux valoriser le site** par le développement d'une nouvelle scénographie et l'avènement d'un espace pédagogique, ludique et interactif, **pour aboutir à l'élaboration d'un produit touristique plus attractif à Albertville**.

Plusieurs objectifs ont été définis par la communauté d'Agglomération Arlysère, structure porteuse d'un Espace Valléen du Massif alpin :

- **Favoriser l'attractivité et la promotion touristique** du territoire couvert par Arlysère, grâce à l'espace muséographique mais aussi en donnant envie aux visiteurs d'aller découvrir le territoire (faire de Tremplin 92 un lieu de promotion des destinations de l'espace valléen, de son patrimoine et des activités de pleine nature) ;
- **Elargir les types de publics du musée** retraçant les XVI^{ème} Jeux Olympiques d'Hiver, au travers de la modernisation du musée ;
- **Accroître la fréquentation touristique du musée tout au long de l'année** par rapport au niveau de fréquentation de la Maison des Jeux, qui avait tendance à « s'éroder » au cours des dernières années.

5. PRESENTATION DU PROJET ET DES REALISATIONS ASSOCIEES

Réalisée entre 2017 et 2020, cette opération emblématique de la Communauté d'Agglomération Arlysère concerne tant l'aventure des Jeux que son héritage (centre d'interprétation), mettant en évidence l'offre 'outdoor' et patrimoniale du territoire de l'Espace Valléen. Elle a été menée sur le principe **d'un marché de conception-réalisation**, mais aussi **en associant au sein d'un comité de pilotage à la fois les techniciens et élus d'Arlysère et ceux de la Ville d'Albertville**, ayant témoigné de leur fort intérêt pour le projet et ses retombées potentielles pour le territoire de la conception du projet à sa réalisation. Dans le cadre du projet, il s'agissait **d'impulser plus d'interactivité et d'ajouter de l'expérientiel** pour renouveler l'intérêt des publics cible pour le musée transféré désormais au niveau de la Halle Olympique d'Albertville.



Source : Site internet Tremplin 92

Situé dans un espace d'exposition permanente de 500 m² au rez-de-chaussée du bâtiment de la Halle Olympique, les réalisations du projet

apparaissent très diverses : douches sonores, modules olfactifs, projections lumineuses, expériences virtuelles et réalité augmentée (ex. caméra fixe à 360° donnant à voir le patrimoine de la vallée à Albertville, le Beaufortain, les stations de la Tarentaise), installation d'écrans de télévision permettant de revivre des temps forts des cérémonie d'ouverture et de clôture des Jeux, mais aussi des interviews de personnalités et sportifs

ayant marqué les Jeux Olympiques de 1992. L'Espace Montagne & Olympisme propose également de vivre l'expérience immersive d'une descente en Bobsleigh ou encore de la descente en ski alpin de la célèbre piste de la « Face de Bellevarde » à Val d'Isère. La scénographie devrait être prochainement traduite en anglais et disponible en 5 langues sur différents supports.

Dans le cadre du projet, **395 K€ FEDER ont été mobilisés**, ce qui représente **32% des dépenses éligibles du projet** (près d'1,24 M€ en coût total). En parallèle, l'Etat cofinance le projet à hauteur de 304 K€ et la Région Auvergne Rhône-Alpes pour un montant évalué à 177,5 K€ environ. Les crédits du POIA ont permis de financer une partie significative des travaux et l'aménagement de la scénographie du nouveau musée installé au sein de la Halle Olympique.

Le projet s'avère cohérent avec la stratégie et le positionnement de la destination touristique. En outre, le fait de **bénéficier d'un portage politique** (c'est-à-dire d'élus convaincus de la plus-value du projet), ainsi que la réflexion menée sur **la pertinence économique (viabilité) et sociétale du projet** sont apparues comme **des conditions de réussite essentielles pour le projet**. La Communauté d'agglomération Arlysère se montre plutôt satisfaite des modalités de mise en œuvre et d'accompagnement du POIA et souligne le rôle déterminant joué par le Commissariat de Massif en tant que facilitateur pour la démarche Espaces Valléens et *de facto* pour la réalisation des projets.

6. LES RESULTATS OBSERVES ET / OU ATTENDUS

Au travers de ce projet, différents types de résultats ont pu être mis en évidence :

- **La diversification et la modernisation de l'offre touristique** (à partir d'un musée de la mémoire olympique attractif, susceptible d'être visité tout au long de l'année par des locaux et des touristes et offrant une activité de découverte en intérieur en fonction des aléas climatiques) ;
- **La valorisation du patrimoine naturel et culturel du Massif alpin** : Si le projet est tourné à l'origine sur l'aventure des Jeux Olympiques et met donc en avant un événement sportif majeur à Albertville, le musée permet de découvrir le patrimoine local dans toute sa diversité à l'appui de différents modules (*voir plus haut – Présentation du projet et des réalisations associées*) ;
- **L'évolution de la fréquentation touristique** : Comme précisé dans les objectifs du projet, la fréquentation avait tendance à diminuer à la Maison des Jeux et il s'agissait donc de « donner un second souffle » au musée au travers de sa rénovation et d'un changement de lieu. **L'avènement de Tremplin 92 visait à redynamiser la fréquentation du musée, tant pour des visites de groupe que pour le grand public** (expérience de visite individuelle en autonomie). **Concernant les groupes, la dynamique récente apparaît très positive** avec 17 groupes en 2019, 32 en 2021 et déjà 36 pour l'année 2022 sur la période de janvier à avril. **S'agissant du volume global de visiteurs, le contexte de la crise sanitaire en 2020 et 2021 limite la capacité des acteurs du territoire et de l'évaluateur à tirer pleinement des enseignements**. Quoiqu'il en soit, la fréquentation moyenne était de 8.000 visiteurs et elle avait chuté en 2019 à 6.900 visiteurs. **En 2021, 6.000 personnes ont visité le musée (dont 5.200 pour le grand public) alors même que le musée a été fermé les deux tiers de l'année**, ce qui constitue donc un signe positif. Enfin, **les premiers chiffres sur 2022 témoignent de 2.200 visiteurs en l'espace de 4 mois**, une dynamique à poursuivre dans les prochains mois.

B – Les EFFETS et IMPACTS du PROJET

Types d'impacts	Note (de 1 à 4)	Commentaires
Valorisation des patrimoines naturels et culturels	3	Comme précisé plus haut, un impact important sur la valorisation des patrimoines naturels et culturels peut être mis en exergue, le projet ayant élargi le périmètre initial autour de la mémoire des Jeux Olympiques de 1992 pour faire connaître et valoriser le patrimoine et les paysages de la Communauté d'agglomération Arlysère.
Valorisation des savoirs-faire locaux	2	La scénographie de Tremplin 92 se manifeste par une valorisation des savoir-faire locaux . A titre d'exemple, le projet a permis de faire la promotion de spécialités de fromages ou encore du pastoralisme. Au-delà, l'opération souhaite s'articuler avec la démarche Pays d'Arts et d'Histoire, pour faire aboutir un parcours client autour des aménités touristiques de l'Espace Valléen Arlysère.
Structuration d'un réseau / dynamique de coopération	2	La structuration d'un réseau d'acteurs et l'impulsion d'une dynamique de coopération émerge comme un effet indirect du projet . Le porteur de projet estime que les délais pour la réalisation du projet ont pu être réduits du fait d'un réseau d'acteurs dynamique à l'échelle de la vallée et du massif et de l'élaboration d'un cadre propice à la coopération entre les élus et les techniciens des collectivités impliquées dans le projet.
Développement du tourisme estival	2	Le tourisme estival n'est pas directement ciblé par le projet, mais celui-ci participe à son développement avec un musée ouvert toute l'année du lundi au samedi et avec une extension des jours et horaires d'ouverture au mois de

		juillet août (ouverture du musée de 13h30 à 18h30 l'après-midi du lundi au samedi et ouverture l'après-midi de 14h à 18h les dimanches et jours fériés).
Développement du tourisme désaisonnalisé	3	Même si l'impact du projet en termes de fréquentation devra être confirmé / approfondi, Tremplin 92 s'inscrit pleinement dans le développement d'un tourisme désaisonnalisé avec un musée ouvert toute l'année , y compris en octobre / novembre et en mars / avril / mai.
Structuration et visibilité de l'offre touristique	4	Cette opération a permis d'améliorer l'offre de découverte de la Maison des Jeux, d'étoffer l'offre de la Halle Olympique, et de faire émerger un véritable produit touristique à Albertville . En outre, un espace est prévu pour l'organisation de séminaires d'entreprise sur plusieurs jours. Une dynamique commerciale est impulsée autour de la Halle olympique. L'organisation de séjours « incentive ¹ » est susceptible de générer d'autres séjours en famille ou entre amis en faisant découvrir les potentialités d'un territoire de montagne.
Développement d'une offre de découverte de loisirs, sportive et itinérante	3	L'Espace Montagne & Olympisme ne se concrétise pas par la mise à disposition directe d'infrastructures pour la pratique sportive. Pour autant, la découverte d'une offre sportive de pleine nature est le cœur du projet avec la promotion des activités de pleine nature (ski, bobsleigh, ...).

C – PLUS-VALUE, LIMITES de l'intervention du POIA et PERSPECTIVES pour 2021-2027

La subvention FEDER POIA a facilité la réalisation du projet (effet déclencheur) de l'Espace Montagne et Olympisme. Représentant 32% du coût total de l'opération, **l'effet levier financier des fonds européens est indéniable**. Ainsi, **la subvention a permis d'accélérer la mise en œuvre du projet** à défaut de renforcer/impacter son ambition initiale. Elle a permis une mise en œuvre plus rapide et plus qualitative du projet, en fonction des besoins / enjeux identifiés sur le territoire de l'Espace Valléen. Par ailleurs, **être un territoire Espace Valléen a conféré une nouvelle légitimité à la Communauté d'Agglomération Arlysère** pour conduire des projets ambitieux de développement touristique. Ainsi, l'élaboration du projet « Espace Montagne & Olympisme » a permis au territoire Arlysère de **se repositionner en tant qu'acteur du développement touristique** et **d'enclencher une dynamique favorable à un renforcement du lien station / vallée**. Portée par Arlysère, l'Espace Valléen a offert un cadre favorable au Pays d'Albertville sur la période 2014-2020 pour faire aboutir une offre complémentaire vis-à-vis des stations.

Globalement satisfait des modalités de mise en œuvre et de la gouvernance du POIA, l'Espace Valléen Arlysère souligne les difficultés rencontrées et des pistes d'amélioration éventuelles :

- La lourdeur administrative inhérentes aux fonds européens ;
- Le manque de coordination entre les financeurs (types et dates d'éligibilité des dépenses, décalages dans la transmission des informations, ...) ;
- Une durée du programme jugée pas toujours adaptée à certains types d'opérations ;
- La difficulté à mobiliser les acteurs privés, en dehors des offices de tourisme.

Enfin, si le projet concentre principalement des retours positifs de la part des visiteurs, **certains publics « avertis »**, notamment les personnes ayant vécu de près les Jeux Olympiques d'Albertville en 1992, **ont pu regretter que l'information sur la mémoire olympique ait été écartée / diminuée au profit d'une plus grande sobriété et d'une meilleure mise en valeur des ressources de la Maison des Jeux** (costumes, niveau d'information, ...). Pour autant, la majorité des acteurs s'accordent sur **les bénéfices non-négligeables du projet en termes d'image et d'attractivité pour le territoire**. Pour maintenir voire renforcer la dynamique de fréquentation, des expositions temporaires pourront être proposées, à l'image de l'exposition à venir « Albertville 92 » du 20 juin au 1^{er} octobre 2022.

¹ Les **voyages « incentives »** correspondent à des séjours visant à récompenser des salariés, des collaborateurs d'une entreprise ou de toute structure professionnelle à des fins de motivation des équipes au travers de l'organisation d'un séminaire d'entreprise par exemple.

VILLAGES D'ALPINISME DES ECRINS

Sites de sport /
loisirs de pleine
nature

OS01-PI06c	Accroître la découverte estivale du massif par la valorisation du patrimoine naturel et culturel				
COUT TOTAL	724 915,04 €	FEDER	579 932 €	ETAT DE L'OPERATION	En cours
BENEFICIAIRE	Agence de Développement des Hautes-Alpes			TERRITOIRE	Massif des Ecrins



A – Présentation du PROJET et de ses RESULTATS OBSERVES et / ou ATTENDUS

1. PRESENTATION DU CONTEXTE

La haute montagne est au centre de l'économie des territoires alpins et plus particulièrement pour le massif des Ecrins qui est le 2^e me site d'alpinisme en France, après le Mont-Blanc.

Le Parc National des Ecrins, situé sur 2 Départements, l'Isère et les Hautes-Alpes, compte une centaine de sommets situés à plus de 3 000 mètres et une quarantaine de glaciers. L'alpinisme est inscrit dans sa charte constitutive. C'est l'une des rares activités humaines à être inscrite dans la charte du Parc national. Sa pratique est historiquement ancrée dans certaines vallées et elle continue à donner un caractère très spécial aux villages.

Né en Autriche en 2008, le concept de Villages d'alpinisme mêle les activités de montagne à l'histoire, la culture et la préservation de l'environnement, le tout au service du développement de l'attractivité des villages. Loin du tourisme de masse, l'idée est de proposer au grand public des séjours et des offres touristiques en lien avec l'identité haute montagne des villages.



2. PRESENTATION DU PROJET ET DES REALISATIONS ASSOCIEES

Le projet de Villages d'alpinisme vise à fédérer les acteurs et renforcer l'image de la haute montagne et de l'alpinisme dans le massif des Ecrins. L'éducteur réalisé en Autriche a confirmé l'importance de positionner la haute montagne et l'activité d'alpinisme comme un véritable vecteur de développement économique et touristique du massif des Ecrins en le rendant plus accessible auprès du grand public et notamment des jeunes. Le projet doit concrètement renforcer l'attractivité du massif des Ecrins en valorisant les grands sites d'accueils et les communes portes d'entrées du Parc.

Un plan d'action « Villages d'alpinisme des Ecrins » a été construit autour de 5 axes de travail sont définis :

- AXE 1 – Valorisation des grands sites : déploiement du concept villages d'alpinisme
- AXE 2 – Mise en réseau des acteurs, qualification et structuration de l'offre
- AXE 3 – Education et sensibilisation du grand public aux patrimoines alpins, à la haute montagne, à l'alpinisme et au réchauffement climatique
- AXE 4 – Campagne de promotion et outils de communication
- AXE 5 – Animation du programme

Au travers de ce projet en cours, différents types d'actions sont prévues :

- **Un accompagnement des communes** via l'élaboration d'un projet de Villages **pour mettre en place des actions avec les socioprofessionnels et des aménagements valorisant la haute montagne** : points de vue, valorisation de certains sites naturels, signalétique... ;
- **Un renouvellement des offres touristiques** pour donner la part belle à l'alpinisme et au partage des connaissances par les guides de haute montagne ;
- **La sensibilisation du grand public aux problématiques de la haute montagne**, par des expositions itinérantes, la création « d'écoles d'alpinisme » : sites d'escalade de proximité, parcours d'initiation à l'alpinisme, sommets écoles), une offre spécifique pour les jeunes

et la formation des guides par des scientifiques (sur l'écologie verticale et les conséquences du réchauffement climatique à haute altitude.

- **La valorisation des villages, des activités** et l'édition d'un beau livre sur l'histoire.

Les communes concernées ont été sollicitées en début d'année 2021. Enthousiastes et motivées pour participer au projet, ce sont 5 villages, associés à un ou plusieurs sites emblématiques, qui deviendront donc des Villages d'alpinisme :

- Vallouise-Pelvoux avec le Pré de Mme Carle et Ailefroide,
- La Grave, Villar-d'Arène et Le Monétier-les-Bains avec les sites du Lautaret et du Casset,
- La Chapelle-en-Valgaudemar avec le Gioberney,
- Saint-Christophe-en-Oisans avec la Bérarde,
- Valjoux avec les sites du Désert et de Valsenestre.

3. LES RESULTATS OBSERVES ET / OU ATTENDUS

Les huit résultats attendus sont de :

- **Donner goût au jeune public de pratiquer la montagne l'été et goûter aux activités d'alpinisme et d'itinérance ;**
- **Mettre en réseau les acteurs de la montagne et du tourisme,** et les professionnels autour d'un projet fédérateur et innovant
- **Faire participer les habitants** à la valorisation de leur cadre de vie et de leur savoir-faire
- **Développer l'emploi local** en valorisant les ressources naturelles ;
- **Valoriser et protéger la culture alpine** et l'activité d'alpinisme ;
- **Redonner aux grands sites d'alpinisme la place qu'ils méritent ;**
- **Augmenter la fréquentation touristique de la montagne l'été** par le grand public et les jeunes ;
- **Augmenter le panier moyen** (activités haute montagne) pouvant générer des retombées économiques et de l'emploi pour les entreprises locales.

Le plan d'action a été construit sur 2 ans : 2021/2022. **Près de 50% des actions ont été déclenchées en 2021 sur les 5 axes.** Par exemple : la réalisation de l'éductour en Autriche, l'étude diagnostic & prospective paysagère architecturale et fiches préconisations d'aménagements, le rassemblement des acteurs de la montagne et du tourisme impliqués dans le développement touristique et économique, exposition artistique, développement de camps de base dans les villages (initiation escalade et alpinisme), sensibilisation des professionnels (guides, gardiens, accessoirement Offices de tourisme) aux enjeux du réchauffement climatique, création graphique et la déclinaison de 20 posters illustrés «Ecologie Verticale», organisation de sorties encadrées d'initiation en lien avec la découverte de la haute montagne et ses pratiques, Participation au Salon de l'escalade, création de contenu vidéo et photos, accompagnement par une agence spécialisée de relation presse, édition d'un bel ouvrage gratuit dédié à la valorisation de l'alpinisme dans les Écrins...



B – Les EFFETS et IMPACTS du PROJET

Types d'impacts	Note (de 1 à 4)	Commentaires
Structuration et organisation des acteurs de l'écosystème touristique / territorial	3	L'axe 2 concerne la mise en réseau des acteurs de la montagne. A ce titre, les actions menées permettent de réunir les acteurs de l'alpinisme et les professionnels de tourisme. Ces rassemblements permettent de fédérer les acteurs autour d'un même objectif : la valorisation de la haute montagne et ses valeurs, faire se rencontrer des acteurs qui se côtoient mais n'ont pas forcément l'opportunité d'échanger ; créer du lien entre acteurs privés et publics
Valorisation des patrimoines naturels et culturels	4	L'ensemble du projet, dans la grande diversité de ses actions, participe directement à la valorisation des patrimoines du massif des Ecrins auprès des acteurs du territoire et du grand public. Le parti pris de l'alpinisme permet de mettre en lumière l'histoire du territoire, l'ensemble de ses richesses naturelles et culturelles et les enjeux de préservation du milieu écologique et sociologique.

Valorisation des savoir-faire locaux	2	C'est au travers de l'implication des habitants dans le projet que seront à terme valoriser leur savoir-faire.
Structuration d'un réseau / dynamique de coopération	3	Le projet est né d'une dynamique de coopération. C'est un collectif d'acteurs du massif qui se regroupe autour de l'initiative du Parc national et de l'Agence de développement des Hautes-Alpes : les communes et les intercommunalités, les offices du tourisme, la FFCAM (Fédération française des clubs alpins et de montagne), la compagnie des guides Oisans-Écrins, le syndicat des accompagnateurs en montagne et une dizaine d'autres professionnels de la montagne et du tourisme.
Développement du tourisme estival	3	L'alpinisme se pratique en été comme en hiver. L'un des enjeux du projet est de promouvoir l'alpinisme en été. Aucune évaluation d'impact n'a encore pu être réalisée.
Développement du tourisme désaisonnalisé	4	Comme pour le développement du tourisme estival, la fréquentation aux ailes de saisons doit être développée. Le projet est de créer le temps et l'espace pour que les acteurs du tourisme (OT, hébergeurs...) travaillent avec les acteurs de la montagne (Compagnie des guides...) pour concevoir et proposer à la vente des produits touristiques « séjour alpinisme » pour le grand public, en hors saison. Un 1 ^{er} séjour de 7 jours doit être mis en ligne en juin 2022.
Structuration et visibilité de l'offre touristique	4	En plus de la conception de séjours ou de sorties thématiques, le projet prévoit dans son axe 4 le déploiement de campagne de promotion et d'outils de communication. L'objectif est de communiquer sur la pratique de l'alpinisme dans le Massif des Ecrins en valorisant l'offre touristique et sportive sans négliger la richesse des patrimoines.
Développement d'une offre de découverte de loisirs, sportive et itinérante	2	Parmi les actions du plan d'actions, il est prévu pour 2022 la constitution d'offres d'itinérance expérientielles en haute montagne.

C – PLUS-VALUE, LIMITES de l'intervention du POIA et PERSPECTIVES pour 2021-2027

La subvention FEDER POIA a dynamisé la réalisation du projet (effet amplificateur et accélérateur) de Villages d'alpinisme du Massif des Ecrins. Représentant 80% du coût total du projet, **l'effet levier financier des fonds européens est indéniable.**

Ainsi, **la subvention a permis d'accélérer la mise en œuvre du projet**, de faire plus en très peu de temps : Elle a permis une mise en œuvre plus rapide et plus qualitative des actions programmées. Par ailleurs, l'octroi de la subvention **a légitimité l'Agence de Développement Hautes-Alpes en tant que pilote** pour conduire des projets ambitieux de développement touristique et territorial. L'ADHA peut, dans le cadre de ce projet, travailler au plus près des communes et des acteurs pour agir efficacement via des actions concrètes. L'élaboration du projet « Villages d'alpinisme des Ecrins » a permis à l'ADHA de **s'affirmer en tant qu'acteur de l'attractivité touristique** et d'**enclencher une dynamique économique favorable à une désaisonnalisation du tourisme.** Cette plus-value a été possible notamment grâce au financement d'actions de cœur de métier comme la communication, la mise en réseau...

Globalement satisfait des modalités de mise en œuvre et de la gouvernance du POIA, l'ADHA souligne les difficultés rencontrées et des pistes d'amélioration éventuelles :

- **Les délais d'instructions qui sont trop** longs : Les dépenses de la première année 2021, ont été fournies en mars 2022 mais l'instruction sera faite en décembre 2022. En décembre 2022, le programme sera fini et la remontée de dépenses sera réalisées en mars 2023. Aussi, si des dépenses ne sont pas éligibles, il ne sera pas possible de rajuster/ corriger les actions.
- **L'ADHA réaliser l'ensemble des remontées les dépenses, même celles de son partenaire, le Parc National des Ecrins** qui met en œuvre des actions et donc génère des dépenses, mais c'est l'ADHA gère comptablement ces dépenses qui influent sur les budgets globaux de l'agence. **Cette organisation ajoute de la lourdeur en gestion.** Cela a mal été compris et anticipé. Il aurait été préférable que le PN des Ecrins réalise lui-même ses remontées de dépense sur Synergie.

Les premiers constats positifs, puisque le projet est en cours, encouragent à prévoir la suite du programme :

- **Prévoir des actions avec de l'investissement au sein des villages.** Une réflexion est en cours sur le montage à imaginer au regard des actions envisageables : pilote / partenaires / communes / département.
- Les enjeux prioritaires tels qu'ils avaient été partagés restent parfaitement adaptés au contexte actuel** : il faut continuer à agir pour un tourisme durable en travaillant au plus près des territoires (les communes) tout en gardant une vision globale (le massif).

Plus largement, l'intervention sur le site naturel du Col de l'Iseran vise à **valoriser sa richesse patrimoniale et naturelle et à améliorer le confort de visite des visiteurs sur les communes de Val d'Isère** (Haute-Tarentaise) **et de Bonneval-sur-Arc** (Haute-Maurienne). Le projet a été soutenu au titre de l'axe 1 : « Faire de la montagne été, une destination plaisir pour tous » de la stratégie 14-20 de l'Espace Valléen Tarentaise-Vanoise.

2. PRESENTATION DU PROJET ET DES REALISATIONS ASSOCIEES

La réalisation du projet de requalification paysagère et environnementale du Col de l'Iseran s'est déclinée sur une durée de 4 à 5 ans. Tout d'abord, **la réflexion autour de la valorisation du Col de l'Iseran a été relancée en 2015** en lien avec la démarche Espaces Valléens. En 2016, des études préliminaires ont été menées et les dossiers administratifs ont été élaborés. L'année 2016 a également été l'occasion de réaliser un test de réorganisation du site avec un système de comptage pour adapter les contours du projet initial aux observations de terrain. De 2017 à 2019, les travaux de requalification et de mise en tourisme ont été réalisés en plusieurs phases :

- > **2017** : Début de la 1^{ère} phase des travaux – **cheminements piétons et stationnements véhicules et vélos**
- > **2018** : Poursuite des aménagements, **réalisation des réseaux d'eau pour les sanitaires, pose du mobilier et travail sur la signalétique**
- > **2019** : Fin des aménagements, **pose de la signalétique, début des travaux d'extension pour la création de sanitaires publics**



Requalification du Col de l'Iseran Avant (gauche) / après (droite) – **Source** : C.C. Haute-Tarentaise

En ce qui concerne le programme de travaux, deux phases ont structuré l'opération : **1/ l'amélioration de l'accès au col**, « condamné » une bonne partie de l'année en hiver (ouverture fin mai / début juin) et **2/ la pose du mobilier, la signalétique, les sanitaires et la construction d'un parking**, à partir de pierres du site naturel pour respecter les arrêtés encadrant l'aménagement du col de l'Iseran et aménager le site sans le dénaturer. Pour autant, une partie du projet n'a pu être réalisée en raison d'une part de la classification du site¹ et de la nécessité d'établir des conventions avec l'hôtel-restaurant, situé au sommet du col pour finaliser les travaux initialement prévus et aboutir à une continuité complète d'aménagement entre le parking et l'hôtel alors que le terrain reste encore partiellement aménagé.

Dans le cadre du projet, **88 K€ FEDER ont été mobilisés**, représentant près de 40% des dépenses éligibles avec un coût total éligible de 220,7 K€. Parmi les autres partenaires financiers, le Département de la Savoie cofinance le projet à hauteur de 188,8 K€ au titre des Opérations Grand Site (OGS) et la Région Auvergne-Rhône-Alpes (SVPN) à hauteur de 37,8 K€. Enfin, la Communauté de Communes de Haute-Tarentaise apporte 95,4 K€ d'autofinancement pour clore le plan de financement du projet.

Parmi **les conditions de réussite du projet**, la Communauté de communes Haute-Tarentaise relève **le travail de réflexion préalable et de définition** pour aboutir à un projet le plus collégial possible (techniciens, élus) et accepté au niveau local par les habitants. En outre, il apparaît que l'identification des enjeux / défis soulevés par le projet, l'identification des partenaires au plan technique et financier et l'élaboration d'un calendrier précis pour la réalisation des aménagements ont été des facteurs décisifs d'une bonne gestion de projet.

3. LES RESULTATS OBSERVES ET / OU ATTENDUS

Dans le cadre du projet, plusieurs résultats ont été recherchés :

- **La valorisation du patrimoine naturel et culturel** d'un site naturel et paysager emblématique du Massif alpin : En effet, le Col de l'Iseran est situé à proximité immédiate du Parc National de la Vanoise et fait état d'une biodiversité remarquable, en témoigne la

¹ Arrêté préfectoral de Protection de Biotope en 2000 notamment

présence de deux ZNIEFF¹ : Alpapes et pierriers (type I) et Massif de la Vanoise (type II). Ainsi, il s'agissait de faire découvrir le patrimoine du site par de la requalification paysagère, tout en assurant la protection du milieu naturel et de sa biodiversité ;

- **Une évolution de la fréquentation touristique :** Le projet « Mise en tourisme du Col de l'Iseran » ne devrait pas nécessairement entraîner une augmentation de la fréquentation en période estivale. En pratique, ce site naturel est déjà fréquenté de manière importante par les cyclotouristes et les promeneurs (Route des Grandes Alpes, GR5), lors du passage du Tour de France ou du Tour de l'Avenir ou encore en voiture s'agissant d'un col routier entre la France et l'Italie. La fréquentation moyenne par jour est de l'ordre de 700 véhicules et 200 vélos. Face à ce constat, les partenaires du projet s'investissent plutôt en faveur d'une évolution du mode de visite (cf. cheminements) et d'une augmentation du temps de visite au sommet (contemplation, balades, ...) ;
- **Une amélioration de l'accueil (visiteurs / touristes, habitants) et la promotion de la destination :** Le Col de l'Iseran constitue une porte d'entrée et une « vitrine » pour la Communauté de communes de la Haute-Tarentaise, en tant que site emblématique. En ce sens, l'aménagement du col a vocation à promouvoir l'ensemble du territoire de l'Espace Valléen, à positionner la destination touristique et à susciter la concrétisation de séjours. Le site naturel pourra être valorisé en saison estivale, à la fois par la commune de Val d'Isère (station) comme un lieu de passage, un lieu d'Histoire et de culture (cf. pastoralisme), mais aussi à l'échelle de la vallée de la Tarentaise en cherchant à « capitaliser » sur un été bien plus ouvert que l'hiver en termes de potentialités touristiques, ainsi que dans le cadre d'un tourisme itinérant (Tour de France, Route des Grandes Alpes notamment). D'après le porteur, le projet doit permettre aux visiteurs « l'admiration du paysage et des montagnes du territoire de la Haute-Tarentaise ».

B – Les EFFETS et IMPACTS du PROJET

Types d'impacts	Note (de 1 à 4)	Commentaires
Structuration et organisation des acteurs de l'écosystème touristique / territorial	3	La structuration et l'organisation des acteurs de l'écosystème touristique et territorial constitue un effet important du projet. Cet effet a pu être concrétisé au travers de l'organisation de réunions de concertation , d'une approche de co-construction pour la mise en œuvre du projet et de l'élaboration d'un partenariat public-privé , favorable à l'impulsion d'un réel projet de développement touristique au niveau du Col de l'Iseran.
Valorisation des patrimoines naturels et culturels	3	La valorisation du patrimoine naturel du Col de l'Iseran constituait l'objectif principal du projet. Il s'agit d'un effet observé, l'opération permettant de faire découvrir un patrimoine naturel exceptionnel au plan paysager et en termes de biodiversité, avec des cheminements piétons pour contempler le paysage et la mise à disposition pour le visiteur d'informations permettant de mieux connaître ce site naturel et d'être sensibilisé vis-à-vis des enjeux de protection (signalétique d'interprétation, pupitres informatifs, ...).
Valorisation des savoirs-faire locaux	2	Si la valorisation des savoirs-faire locaux n'est pas le cœur du projet, celui-ci contribue à leur valorisation au travers d'une réflexion sur le pastoralisme et une proposition de déambulation avec des pierres locales invitant à retracer une Histoire passée au travers des aménagements réalisés. La mise en tourisme du Col de l'Iseran se présente comme l'image d'une délimitation territoriale autour de la culture d'alpages et des savoir-faire du territoire. En outre, un espace a été installé pour permettre de la vente ambulante de produits locaux et un partenariat a été initié avec le restaurant présent sur site.
Structuration d'un réseau / dynamique de coopération	2	Indirectement, le projet a contribué à impulser une dynamique partenariale en Haute-Tarentaise entre les élus et techniciens de la Communauté de communes et des communes à proximité du Col de l'Iseran (Val d'Isère, Bonneval-sur-Arc). Dans le cadre d'une Opération Grand Site et de la démarche EV, les différentes parties prenantes ont construit des habitudes de travail et ont initié des collaborations qui pourront être poursuivies dans le cadre de futurs projets de développement touristique.
Développement du tourisme estival	3	La mise en tourisme du Col de l'Iseran s'inscrit pleinement dans le développement d'un tourisme estival. En effet, le col n'est accessible qu'à partir de fin mai / début juin. Au-delà de sa requalification, il s'agit d'améliorer/densifier l'offre touristique et de susciter des séjours en été en Haute-Tarentaise, en proposant aux touristes de découvrir la montagne « autrement ». Pour dynamiser le tourisme estival, les conditions d'accueil des visiteurs ont été sensiblement améliorées (sanitaires publics, information, ...).

¹ ZNIEFF : Zones Naturelles d'Intérêt Ecologique, Faunistique et Floristique – un inventaire, avec pour objectif l'identification et la description des secteurs de plus grand intérêt écologique abritant la biodiversité patrimoniale.

Développement du tourisme désaisonnalisé	2	L'effet du projet sur le tourisme désaisonnalisé (« toutes saisons ») est moins marqué même s'il est globalement recherché, et ce pour une raison évidente – le col n'est pas accessible une bonne partie de l'année en raison de l'enneigement en haute altitude (sommet du col à 2 770 mètres). <i>De facto</i> , la fréquentation du site sur les ailes de saison (mai, septembre / octobre) est fortement dépendante des conditions météorologiques. Pour autant, le site naturel est fréquenté dès le mois de juin avec l'organisation d'événements cyclo-touristiques.
Structuration et visibilité de l'offre touristique	2	La structuration et la visibilité d'offre touristique est un impact attendu en lien avec la requalification paysagère et environnementale du Col de l'Iseran. Néanmoins, cela reste à ce stade un axe de travail à développer en relation étroite avec l'office de tourisme local.
Développement d'une offre de découverte de loisirs, sportive et itinérante	2	S'il ne s'agit pas directement d'un effet recherché par le projet, celui-ci participe à étoffer l'offre de découverte sportive et itinérante. En effet, le Col de l'Iseran est un site « prisé » par les cyclotouristes, fréquenté de manière importante lors du passage de manifestations sportives (Tour de France, Tour de l'Avenir), mais aussi est situé sur le tracé de la Route des Grandes Alpes. A ce titre, il contribue au développement d'une offre itinérante au sein du Massif alpin. Pour aller plus loin concernant la structuration de l'offre touristique, un travail avec la Communauté de Communes de Haute-Maurienne Vanoise autour de la Route des Grandes Alpes a été initié et reste à développer.

C – PLUS-VALUE, LIMITES de l'intervention du POIA et PERSPECTIVES pour 2021-2027

Tout d'abord, **l'effet levier du FEDER POIA est financier**. En effet, il représente **40% des dépenses éligibles** et a donc contribué fortement à la réalisation des aménagements au niveau du Col de l'Iseran. Si l'on exclut la part relative à l'autofinancement, l'Union Européenne (*via* le FEDER) est le 2^{ème} partenaire financier du projet, après le Département de la Savoie au titre d'une intervention « Opération Grand Site » (OGS).

Au-delà de la subvention en tant que telle, le porteur de projet a insisté sur **la plus-value de la démarche Espaces Valléens et du programme opérationnel**, considérant qu'il s'agit d'**un outil adapté pour mettre autour de la table et faire échanger les acteurs** (techniciens, élus) sur des sujets partagés à une échelle territoriale plus élargie, alors même que ceux-ci n'avaient pas nécessairement des habitudes de travail en commun (coopération entre communes, rapprochement et intérêt croissant d'une commune support de station vis-à-vis de son intercommunalité). A partir de 2015, il est intéressant de voir que la réflexion autour de la valorisation / mise en tourisme du Col de l'Iseran a été relancée en lien avec la structuration de la stratégie et du plan d'actions de l'Espace Valléen Tarentaise-Vanoise (APTV). Ainsi, **l'intégration du projet de mise en tourisme du Col de l'Iseran à la démarche EV a amplifié la dynamique sur le territoire en faveur de l'accroissement de la découverte estivale et surtout de l'amélioration de la cohérence de l'offre touristique** à l'échelle de la vallée et du Massif alpin. Le POIA a **favorisé le développement d'une compétence « promotion » du tourisme et « valorisation culturelle »** au sein de la Communauté de communes de la Haute-Tarentaise.

Concernant les modalités de mise en œuvre du POIA, **la Communauté de communes de Haute-Tarentaise s'avère dans l'ensemble plutôt satisfaite**, même si elle souligne qu'il reste difficile de répondre à l'ensemble des attentes inhérentes à un dossier FEDER pour bénéficier de la subvention. Parmi les principales difficultés rencontrées, le porteur de projet relève la lourdeur administrative et plus particulièrement **les délais d'instruction et de paiement**. Même si la structure bénéficiaire met en avant le besoin de sécurisation de la gestion des fonds européens, elle souligne également que cette problématique peut être un frein important à la mobilisation du FEDER, avec des craintes de retrait de dépenses tant que la subvention n'a pas été perçue et la nécessité pour le porteur de projet d'avancer les fonds sur une longue période, autant de difficultés pouvant « nuire » à l'expérience du porteur dans son parcours de soutien. En retour d'expérience, elle juge également que la formation sur la gestion des fonds européens et l'utilisation de la plateforme Synergie a été trop tardive.

Concernant les principales conditions de réussite pour un projet de cette ampleur, la structure porteuse insiste sur deux dimensions clés : **1/ l'implication des parties prenantes dès le départ** pour co-construire le projet, **2/ l'analyse des besoins** pour proposer un aménagement adapté et pertinent pour les usagers (habitants, visiteurs).

Enfin, différents enjeux ont été mis en évidence dans une approche prospective par la Communauté de communes de Haute-Tarentaise pouvant amener à réinterroger le développement touristique du Massif :

- **Le développement des activités de pleine nature et de services gratuits** : A titre d'exemple, le porteur de projet a évoqué la possibilité déployer des navettes avec l'organisation de visites guidées autour de la flore du col de l'Iseran.

- **L'hébergement et l'adaptation aux évolutions en termes de clientèles touristiques :** En Haute-Tarentaise, les clientèles diffèrent fortement entre l'hiver et l'été, avec une saison estivale marquée par la prédominance des clientèles itinérantes. L'offre touristique devra donc être (re)pensée afin de s'adapter continuellement aux évolutions des profils et des attentes des clientèles.
- **L'intégration du changement climatique :** En Haute-Tarentaise, le manque d'enneigement apparaît de plus en plus sensible. A titre illustratif, le Glacier du Pisaillas sur la commune de Val d'Isère n'a pas pu être ouvert au printemps et à l'été 2022, le manque de neige rendant les conditions de pratique du ski trop dangereuses après un hiver peu neigeux sur le glacier et un mois de mai trop chaud. De la même manière, le Glacier de la Grande-Motte à Tignes témoigne d'un niveau de fonte des glaces bien plus en avance qu'à l'accoutumée (+ 5 semaines d'avance). Ces évolutions incitent à une réflexion approfondie des acteurs de la montagne et du territoire sur l'adaptation au changement climatique.
- **L'évolution de la compétence « tourisme » :** Avec la loi NOTRe (2015) et la loi « Engagement et proximité » (2019), les stations et l'échelon communal ont repris leur « indépendance » en ce qui concerne les orientations en matière de développement touristique, ainsi que dans le lien avec les offices de tourisme locaux (ex. Office du Tourisme de Sainte-Foy-Tarentaise). Face à ce contexte mouvant, la Communauté de communes de Haute-Tarentaise doit s'adapter, émergeant désormais comme un outil de « diplomatie », d'« accompagnement » et de « collaboration intelligente » pour faire aboutir une cohérence de l'offre à l'échelle de la vallée.
- **Un enjeu autour des mobilités et de l'accessibilité :** La Haute-Tarentaise s'implique dans la construction de voies vertes sur son territoire, avec notamment un projet depuis Bourg Saint-Maurice jusqu'à Tignes en cours d'aménagement. Les mobilités douces et actives amènent le territoire à s'interroger plus globalement sur la gestion des flux ou encore sur la diversification touristique, notamment en développant une offre touristique estivale sportive et de loisirs, de promenade et/ou itinérante. Ici, les mobilités touristiques apparaissent comme une offre complémentaire pour faire découvrir une destination et les patrimoines culturels et naturels de la Haute-Tarentaise.

6. Analyse de l'enquête en ligne « acteurs du tourisme »

6.1 Objectifs et modalités d'enquête

6.1 a - Les objectifs de l'enquête

La Région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur a mandaté notre équipe Teritéo - Ethicalia pour conduire l'évaluation d'impact du **Programme Opérationnel du Massif Alpin 2014-2020**.

Dans ce cadre, une enquête en ligne a été menée, auprès des **professionnels du tourisme** du Massif des Alpes, à partir d'une base de données consolidée avec l'aide de l'Autorité de gestion du POIA et des Espaces Valléens interrogés dans le cadre des entretiens institutionnels.

Cette enquête visait à interroger tout particulièrement les offices de tourisme locaux, les comités départementaux et régionaux du tourisme (CDT / CRT), les gestionnaires des principaux sites de visite du Massif et des événements sportifs et culturels, les stations de montagne, un échantillon de services, commerces, prestataires privés de l'économie touristique du Massif des Alpes (restauration, hôteliers, loueurs de matériel pour la pratique des activités de pleine nature, ...).

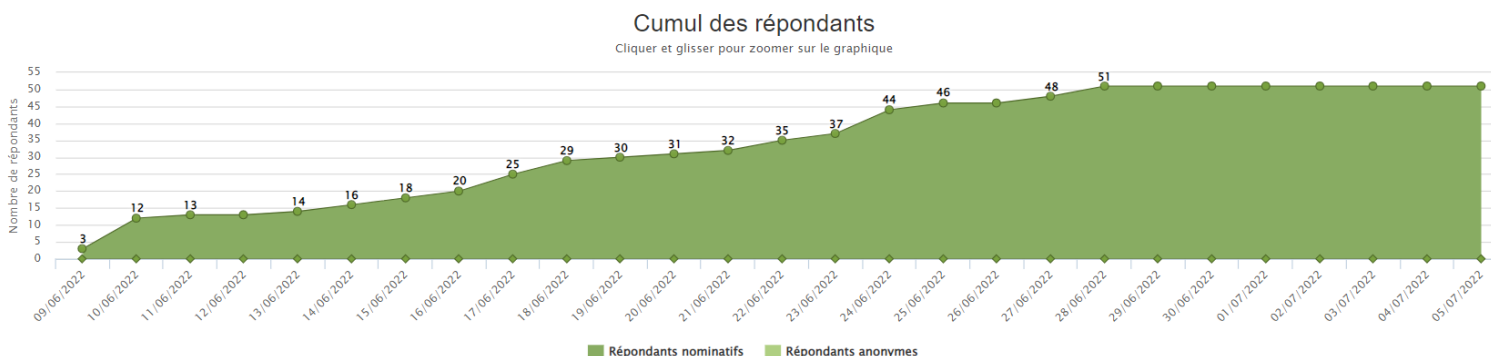
Plus globalement, cette enquête doit contribuer à appréhender :

- L'évolution de la fréquentation ;
- La perception de la notoriété du Massif et de la démarche Espaces Valléens auprès d'une diversité de publics,
- La perception des évolutions en matière de types de séjours et de clientèles ;
- La notoriété de l'action du FEDER POIA sur le Massif alpin ;
- L'effet levier des projets financés et leur impact sur les dynamiques de développement touristique.

MODALITES D'ENQUETE

Cette enquête autoadministrée a été diffusée par mail auprès de 521 acteurs tourisme. Elle a été lancée le 03/06/2022 et clôturée le 05/07/2022. Deux relances mails ont été effectuées les 17/06/2022 et 24/06/2022.

Les coordonnées des acteurs du tourisme sont issues des bases de suivi du dispositif des Régions Sud-Provence Alpes Côte d'Azur et AURA.



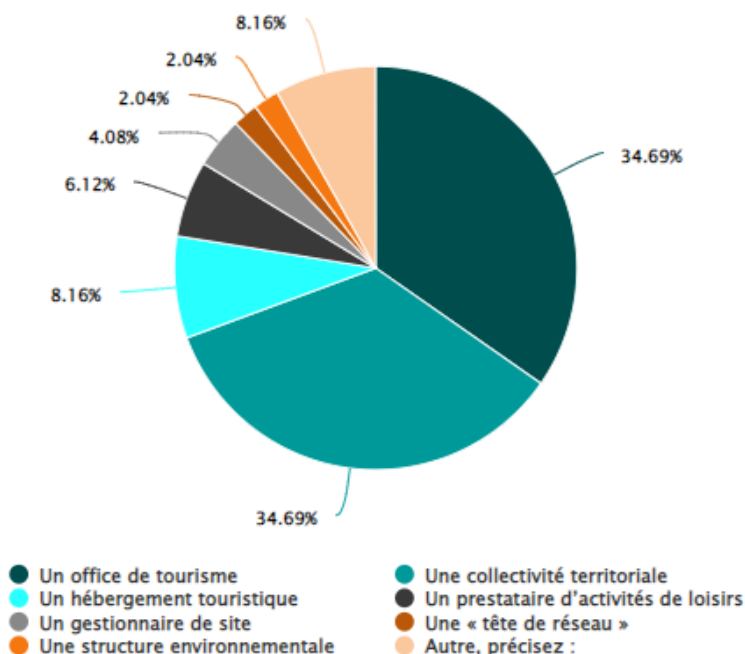
6.2 A - Description de l'échantillon répondant

Au total, **51 répondants** ont complété cette enquête au 05 juillet 2022 (dont 15 de manière exhaustive) soit un **taux de retour de 6.9%** (2.9% exhaustifs).

COLLECTIVITES TERRITORIALES ET OFFICES DE TOURISME : STRUCTURES MAJORITAIREMENT REPRESENTEES DURANT L'ENQUETE

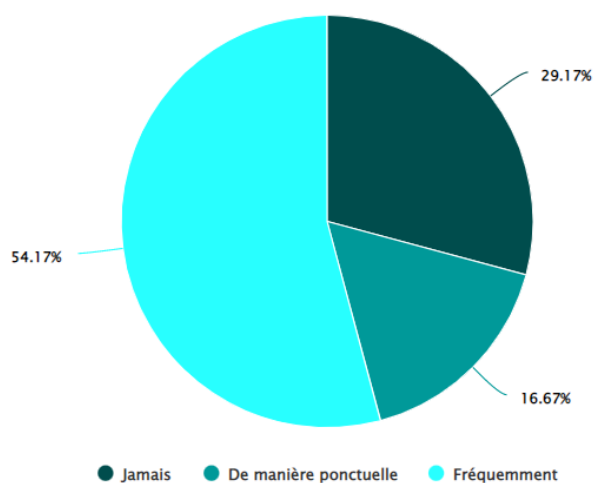
Rappel de la question : Quelle entité représentez-vous ?

Parmi les 49 répondants, 35% sont des agences / offices de tourisme / syndicats d'initiative, 35% sont également des collectivités territoriales / acteurs publics. 8.16% sont des lieux, centres d'hébergement touristique.



UN BON NIVEAU DE NOTORIETE DES ESPACES VALLEENS (70%)

Rappel de la question : Avez-vous déjà entendu parler de la démarche Espaces Valléens ?

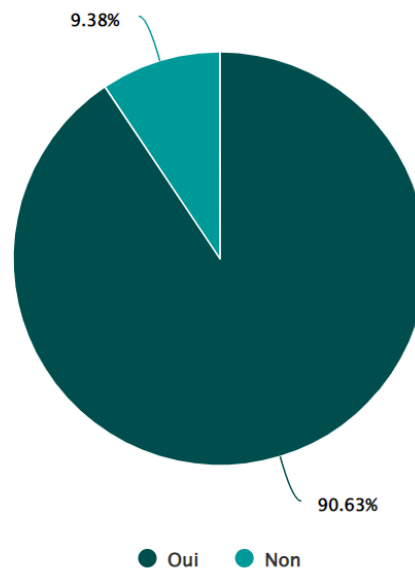


54.17% des répondants ont fréquemment entendu parler de la démarche Espaces Valléens, 16.6% de manière ponctuelle et les 29.17% restants n'ont jamais entendu parler de cette démarche.

UNE GRANDE MAJORITE DES PERSONNES INTERROGÉES SAVENT A QUEL ESPACE VALLEEN EST RATTACHE LEUR TERRITOIRE

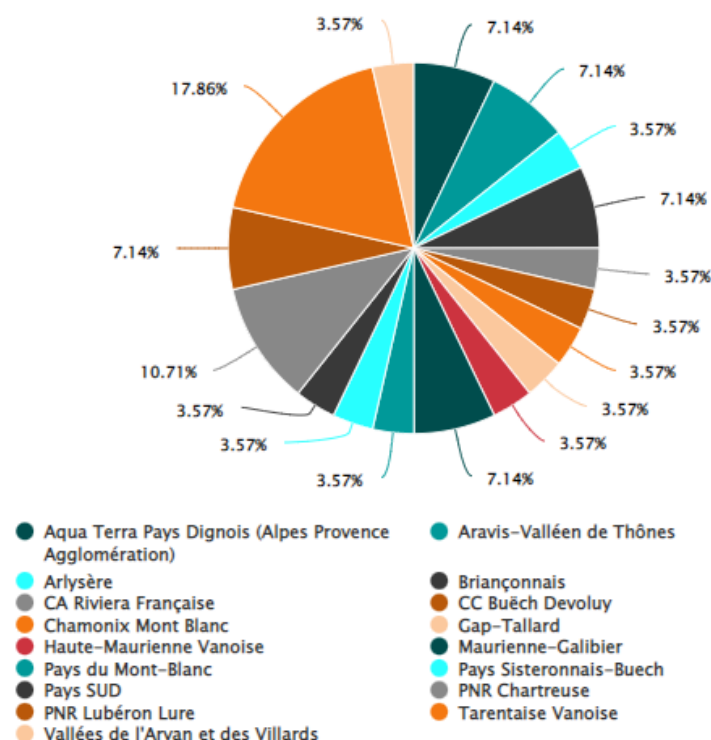
Rappel de la question : Si vous avez répondu « De manière ponctuelle » ou « Fréquemment » savez-vous à quel Espace Valléen est rattaché votre territoire ?

Seulement 10% des répondants à cette question ne savaient pas à quel espace valléen leur territoire est rattaché.



17 MASSIFS REPRESENTES, UN BON EQUILIBRE ENTRE NORD ET SUD DU MASSIF ALPIN

Rappel de la question : Si oui, lequel ?



Pour rappel : 51 répondants, plusieurs choix de réponses étaient possibles pour cette question.

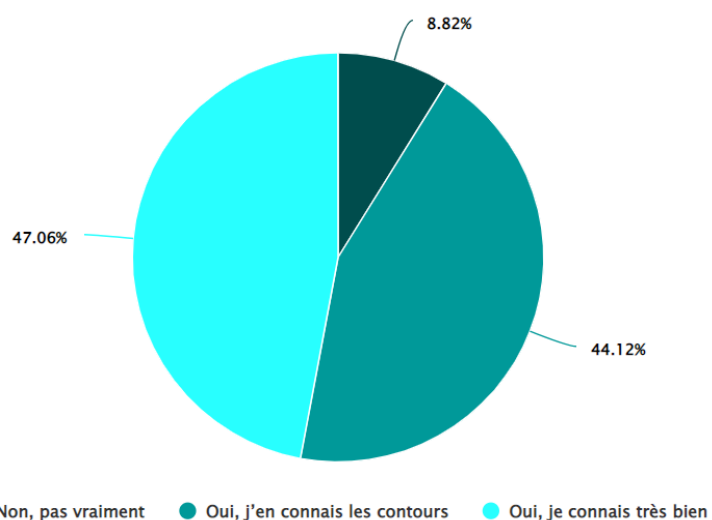
La répartition des espaces valléens est globalement **assez homogène**. Chaque espace représente ici entre 3,5% et 7% des répondants. Seuls les massifs de la Tarentaise -Vanoise et de de la Chartreuse **dépassent le seuil des 10%**.

N = 286

UN BON NIVEAU DE CONNAISSANCE DE LA DEMARCHE ESPACES VALLEENS

Rappel de la question : Si vous avez répondu « De manière ponctuelle » ou « Fréquemment » savez-vous ce qu'est la démarche Espaces Valléens ?

Des 34 répondants à cette question, **91.18% ont affirmé connaître la démarche Espaces Valléen**. 47.06% disaient très bien connaître la démarche tandis que 44.12% évoquaient n'en connaître que les contours. Seulement 8.82% n'avaient pas connaissance de ce qu'était la démarche Espaces Valléens.

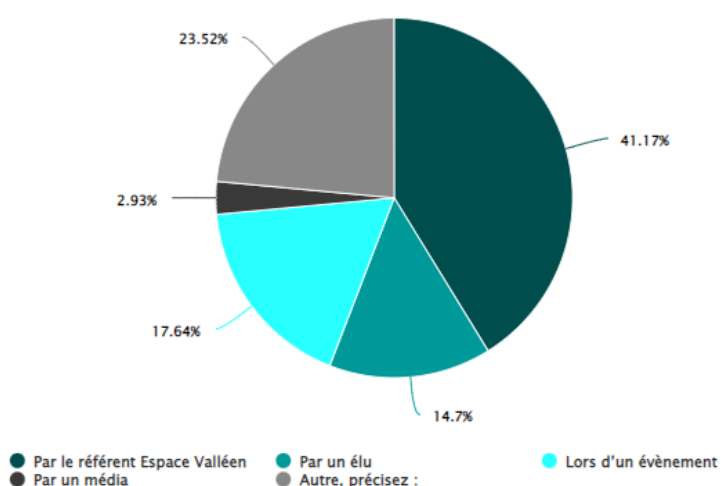


UN ROLE IMPORTANT DU REFERENT ESPACE VALLEEN DANS LA COMMUNICATION DU DISPOSITIF

Rappel de la question : Comment l'avez-vous découverte ?

Plus **d'un tiers** des répondants ont eu connaissance de la démarche Espaces valléens via le **réfèrent en question**.

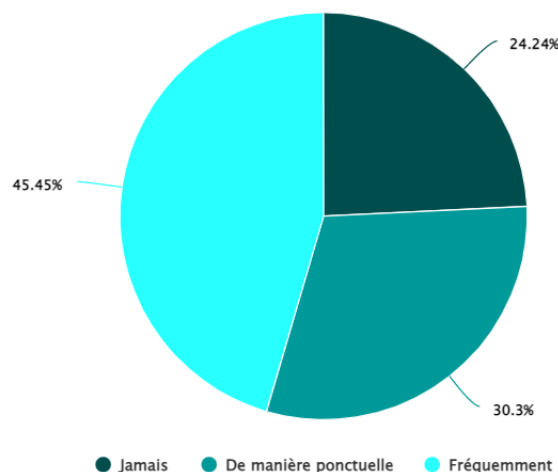
Environ un quart l'ont été par l'intermédiaire d'un élu local ou lors d'un évènement.



75% DES REpondANTS ONT DEJA PARTICIPE A UNE DEMARCHE ESPACES VALLEENS

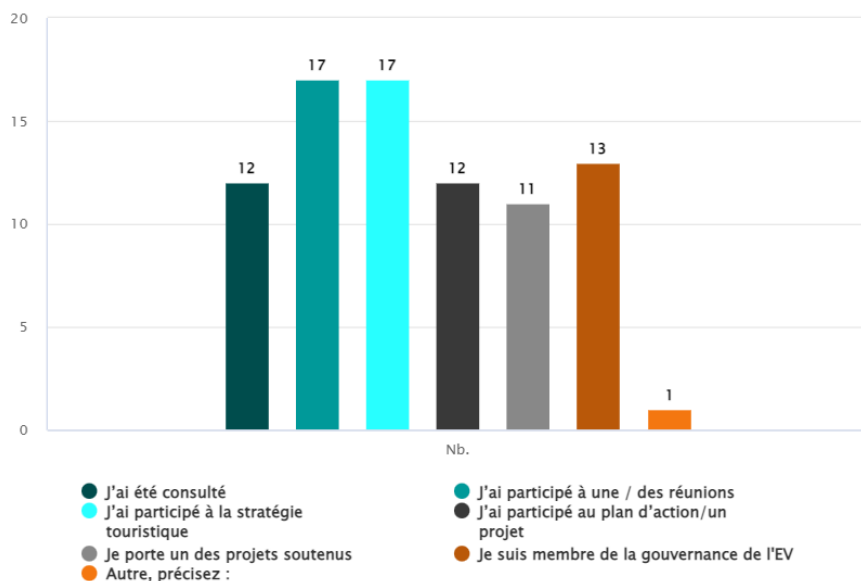
Rappel de la question : Avez-vous déjà participé à cette démarche ?

3 répondants sur 4 à cette question ont déjà, au moins ponctuellement, participé à la démarche Espaces Valléens.



LES REUNIONS ET COMITES DE DECISION : ESPACES DE PARTICIPATION A LA DEMARCHE EV

Rappel de la question : Si vous avez répondu « De manière ponctuelle » ou « Fréquemment », comment ?

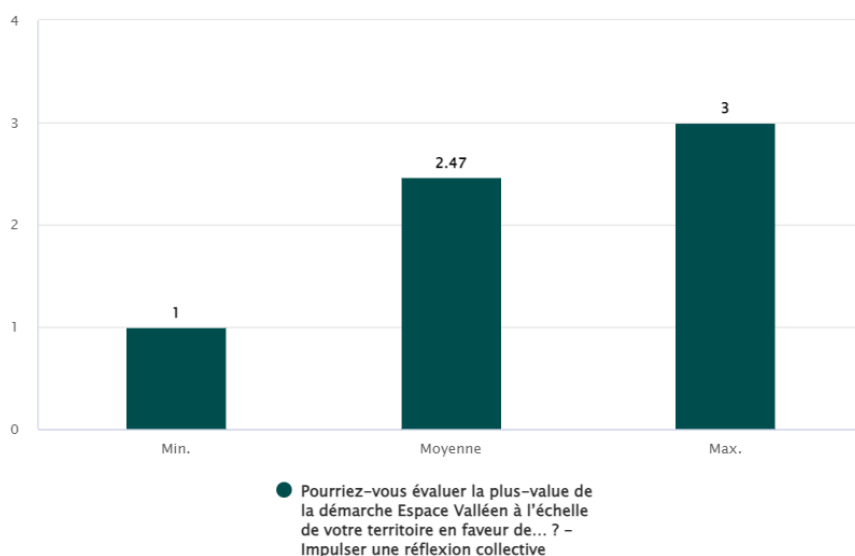


Plusieurs réponses étaient possibles, ce qui montre que les $\frac{3}{4}$ des 26 répondants à cette question **ont participé de différentes manières à la démarche.**

17 ont participé à une réunion et / ou à l'élaboration de la stratégie touristique du territoire ou ont été consulté durant la démarche espace valléen.

Près de la moitié d'entre eux était membre de la gouvernance d'un Espace Valléen.

Rappel de la question : Pourriez-vous évaluer la plus-value de la démarche Espace Valléen à l'échelle de votre territoire en faveur de... ?

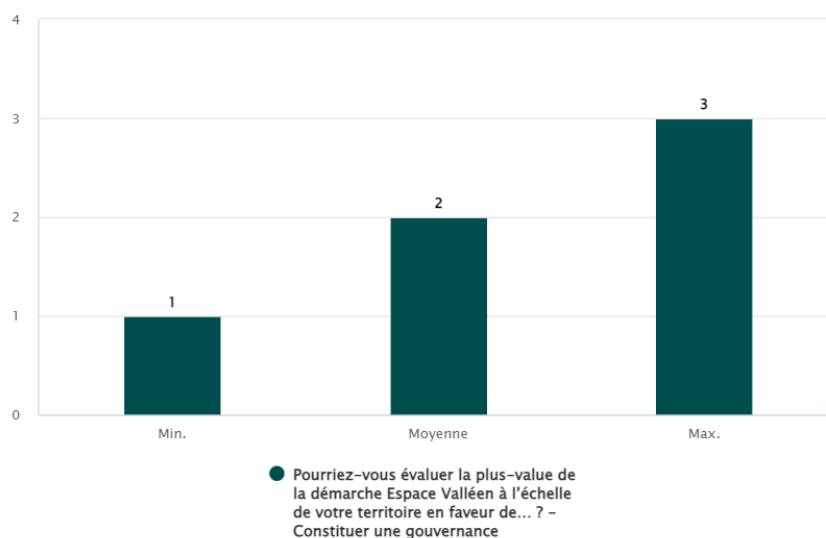


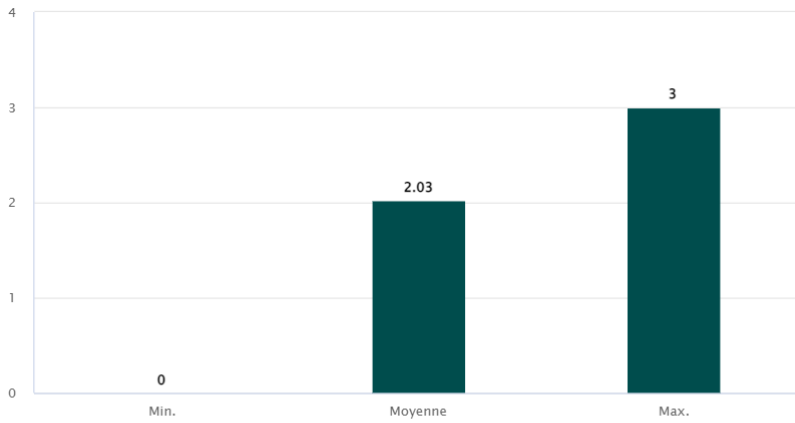
Impulser une réflexion collective : Sur une échelle de 0 à 3, la capacité de la démarche Espace Valléen à impulser une réflexion collective est très élevée avec une note moyenne de 2,47.

En effet, 56,7 % des répondants considèrent que la plus-value de la démarche sur ce volet est forte (note de 3), alors que seulement 10 % des répondants estiment que la démarche aurait faiblement permis d'impulser une réflexion collective (note de 1).

Constituer une gouvernance :

Plus faible, la plus-value moyenne attribuée à la capacité de la démarche Espace Valléen de constituer une gouvernance apparaît néanmoins élevée (2 sur 3), près de la moitié des répondants à l'enquête (46,7 %) ayant attribué une note de 2.

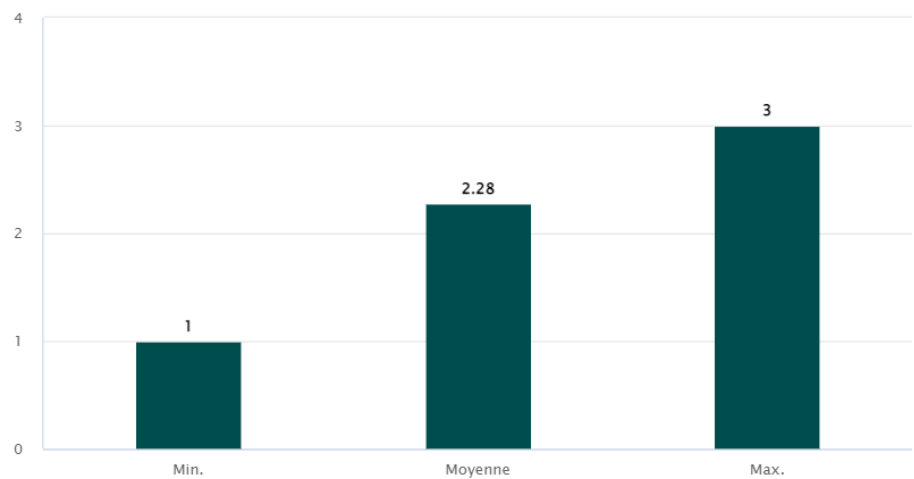




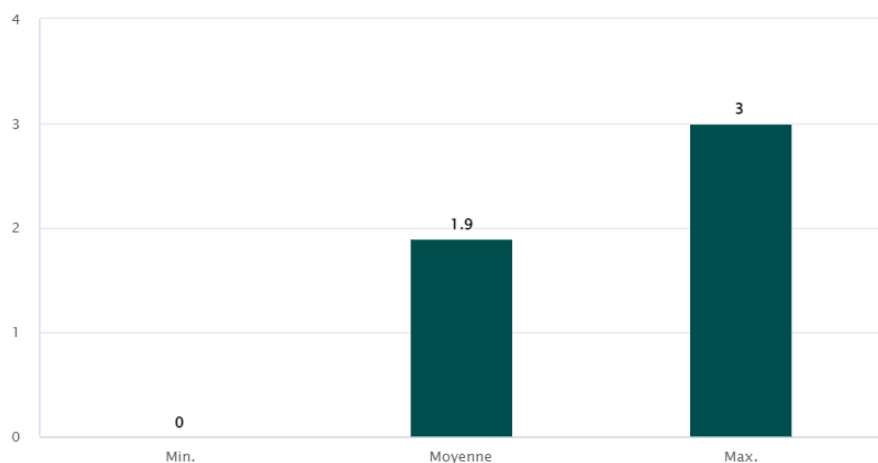
● Pourriez-vous évaluer la plus-value de la démarche Espace Valléen à l'échelle de votre territoire en faveur de... ? - Concevoir une stratégie touristique

Concevoir une stratégie touristique : la plus-value moyenne attribuée à la capacité de la démarche Espace Valléen de concevoir une stratégie touristique (2,03) apparaît également élevée. En effet, 46,7 % des répondants considèrent que la plus-value de la démarche sur ce volet est élevée.

Décliner un plan d'action / projets : Avec une note moyenne de 2,28, la plus-value de la démarche dans la déclinaison d'un plan d'action est jugée élevée à très élevée. La grande majorité des répondants (89,65 %) considère élevée, voire très élevée la plus-value des actions sur ce volet.



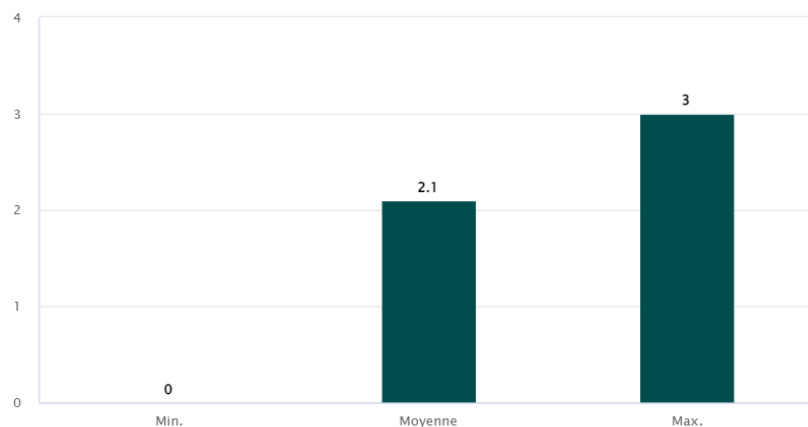
● Pourriez-vous évaluer la plus-value de la démarche Espace Valléen à l'échelle de votre territoire en faveur de... ? - Décliner un plan d'action / projets



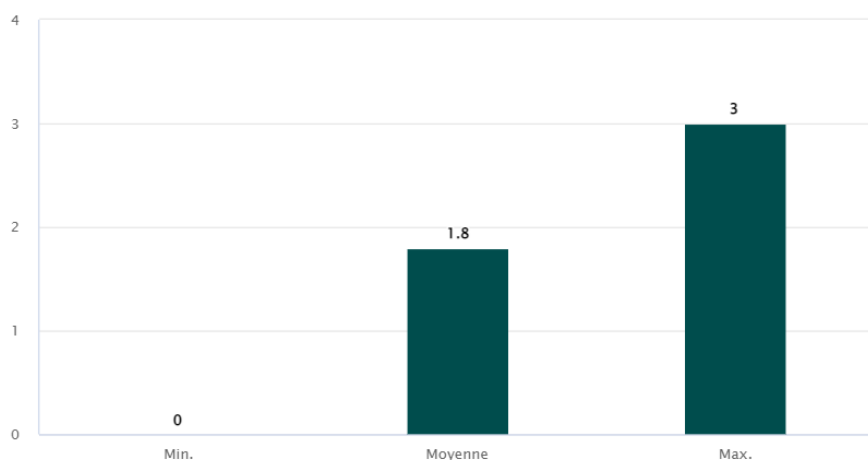
● Pourriez-vous évaluer la plus-value de la démarche Espace Valléen à l'échelle de votre territoire en faveur de... ? - La coopération entre acteurs

La coopération entre acteurs : La note moyenne attribuée à la capacité de la démarche de favoriser la coopération entre acteurs apparaît plus faible avec une note moyenne de 1.9. En effet, si la moitié des répondants à l'enquête considèrent que la capacité de la démarche est élevée sur ce volet, 20 % des personnes ayant répondu à l'enquête tire un bilan moins positif en estimant faible la coopération entre acteurs impulsée par la démarche Espace Valléen.

La coordination des initiatives : En matière de coordination des initiatives, la démarche Espace Valléen traduit une plus-value moyenne élevée (2.1). Plus de la moitié des répondants à l'enquête (53,3 %) estiment que la plus-value de la démarche sur ce volet est élevée (note de 2) ; 3,3 % des répondants estiment qu'elle n'a aucune plus-value sur la coordination des initiatives alors que 30 % des personnes ayant répondu considèrent la coordination des initiatives assurée dans le cadre de la démarche très élevée.



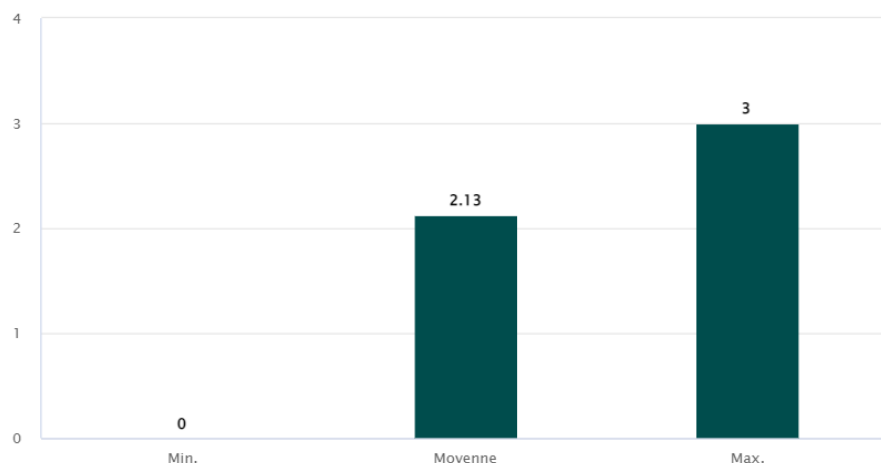
● Pourriez-vous évaluer la plus-value de la démarche Espace Valléen à l'échelle de votre territoire en faveur de... ? - La coordination des initiatives



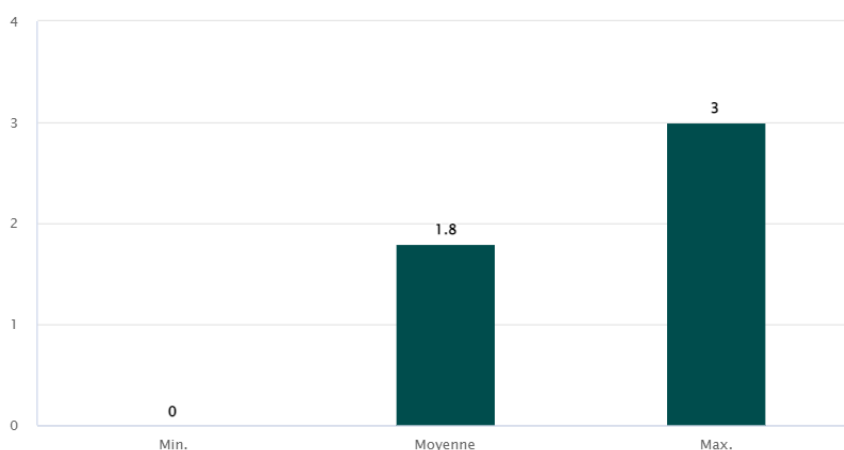
● Pourriez-vous évaluer la plus-value de la démarche Espace Valléen à l'échelle de votre territoire en faveur de... ? - La promotion commune d'une destination

La promotion commune d'une destination : Avec une note moyenne de 1,8, la plus-value de la démarche dans la promotion commune d'une destination apparaît plus modérée. En effet, un tiers des répondants attribuent une faible plus-value, voire aucune à la capacité de la démarche d'assurer la promotion commune d'une destination. Seulement 16 % des personnes ayant répondu à l'enquête estiment très élevée la plus-value de la démarche sur ce volet.

La valorisation / préservation des patrimoines : La capacité de la démarche Espace Valléen de valoriser / préserver des patrimoines est plus que reconnue (note moyenne de 2.13). Pour plus de la moitié des répondants à l'enquête (56,7 %), la plus-value de la démarche sur ce volet est élevée ou très élevée.



● Pourriez-vous évaluer la plus-value de la démarche Espace Valléen à l'échelle de votre territoire en faveur de... ? – La valorisation / préservation des patrimoines

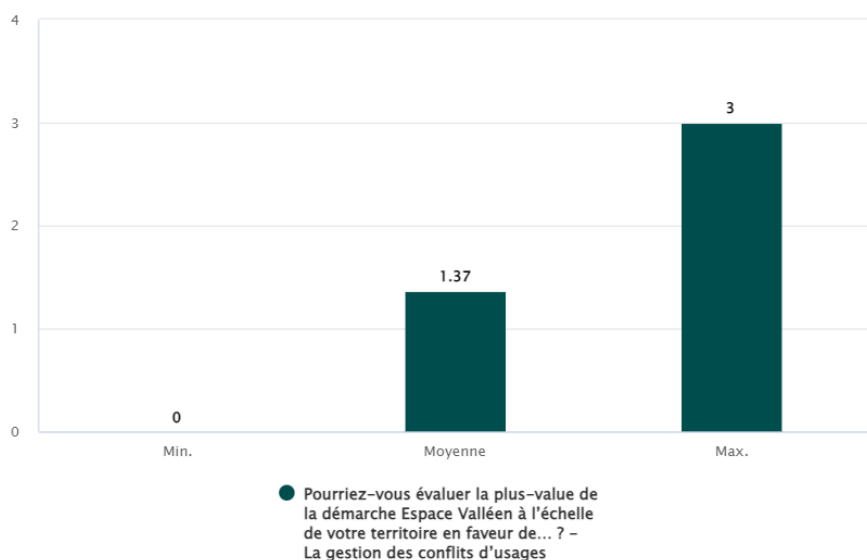
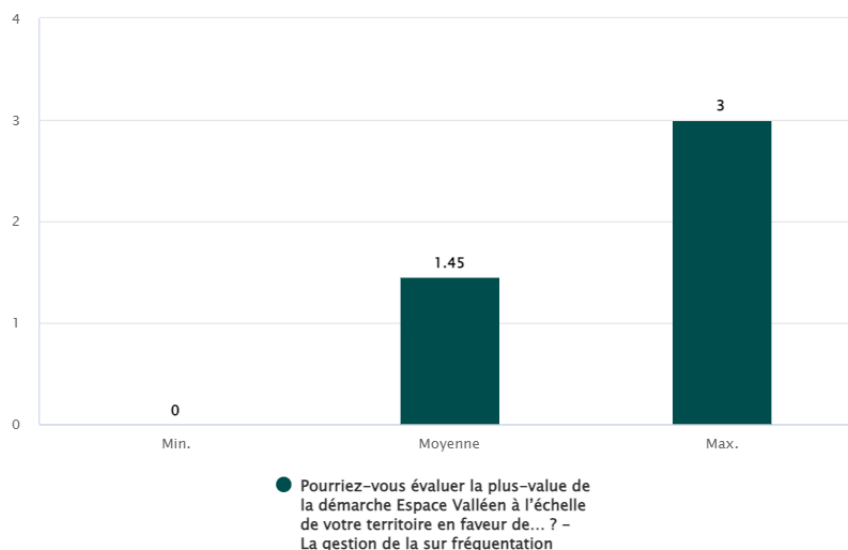


● Pourriez-vous évaluer la plus-value de la démarche Espace Valléen à l'échelle de votre territoire en faveur de... ? – La structuration / visibilité de l'offre

La structuration / visibilité de l'offre :

Avec une note moyenne de 1,8, la plus-value de la démarche dans la structuration / visibilité de l'offre apparaît plus modérée. En effet, un tiers des répondants attribuent une plus-value faible, voire nulle à la capacité de la démarche de structurer l'offre. Seulement 16 % des personnes ayant répondu à l'enquête estiment très élevée la plus-value de la démarche sur cet aspect.

La gestion de la sur fréquentation : La capacité de la démarche de gérer la sur fréquentation apparaît modérée avec une note moyenne de 1,45. Près de la moitié des répondants à l'enquête (48,27 %) considèrent que la plus-value des actions sur cet aspect est faible, voire nulle. Seulement 7 % des répondants constate en revanche une plus-value très élevée de la démarche sur ce volet.

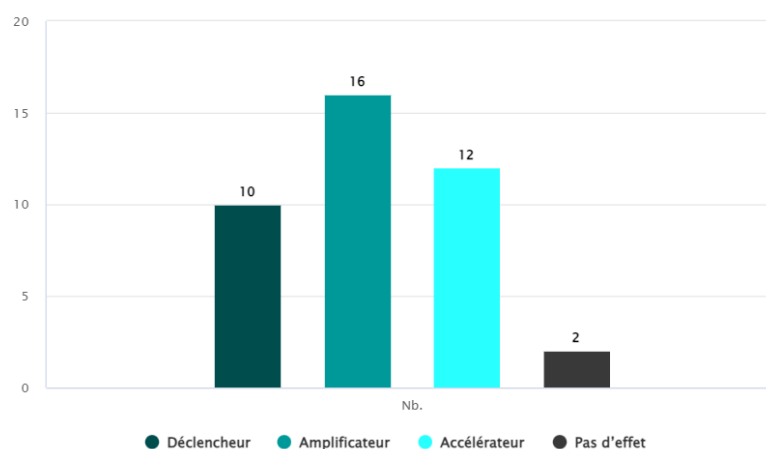


La gestion des conflits d'usages : Avec une note moyenne de 1,37, la plus-value de la démarche Espace Valléen dans la gestion des conflits d'usages apparaît faible. En effet, 53,3 % des répondants à l'enquête considèrent que la démarche n'a aucunement ou de manière très faible permis de gérer les conflits d'usage. Seulement 3,3 % des personnes ayant répondu à l'enquête attribuent une plus-value très élevée à la démarche sur ce volet.

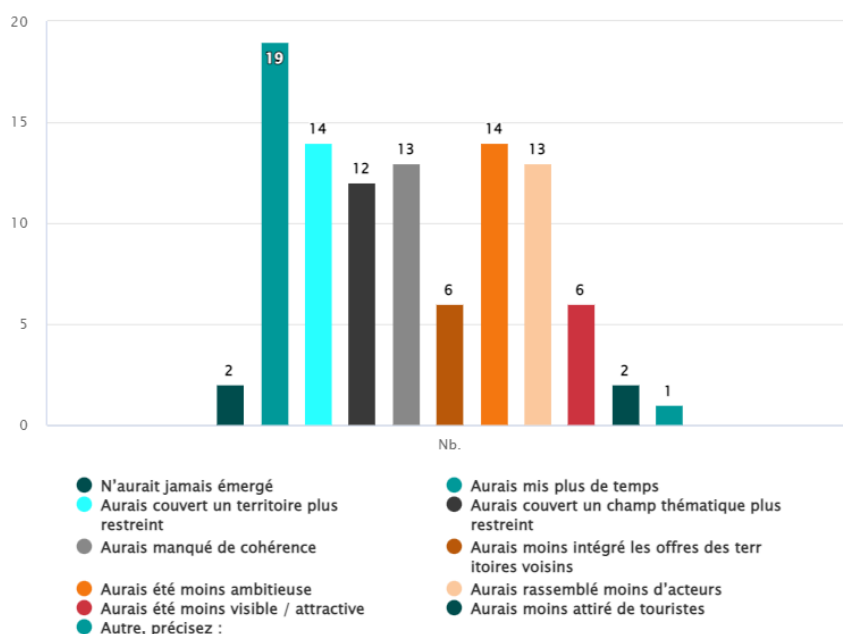
LA DEMARCHE ESPACE VALLEEN IMPULSE AVANT TOUT UN EFFET AMPLIFICATEUR

Rappel de la question : Selon vous, quel(s) type(s) d'effet(s) la démarche espaces valléens a-t-elle eu sur la structuration d'une dynamique de développement touristique coordonnée à l'échelle de votre massif / territoire ?

Sur les 31 répondants, plus de la moitié considèrent que la démarche Espace Valléens a un effet amplificateur sur la structuration d'une dynamique de développement touristique, 10 considèrent que cela a eu un effet déclencheur et 13 un effet accélérateur.



UNE DEMARCHE QUI AIDE SUR PLUSIEURS ASPECTS LA DYNAMIQUE DE DEVELOPPEMENT DE L'OFFRE TOURISTIQUE HORS-SAISON



Rappel de la question : Sans cette démarche et le soutien apporté, la dynamique de développement de l'offre hors saison touristique / à l'année que vous observez aujourd'hui sur votre massif / territoire ...

Sur les 29 répondants à cette question près des deux tiers (19 répondants sur 29) ont affirmé que la démarche Espaces Valléens a accéléré la dynamique de développement de l'offre hors saison touristique / à l'année.

Deux autres types de plus-values ressortent tout particulièrement de l'analyse :

1. La dimension territoriale et la cohérence avec un périmètre géographique, thématique et d'acteurs élargi et une prise en compte des offres des territoires voisins ;
2. La capacité de la démarche Espaces Valléens et des soutiens FEDER POIA à l'ambition de la dynamique de développement de l'offre touristique en toutes saisons, notamment en dehors de la haute-saison touristique.

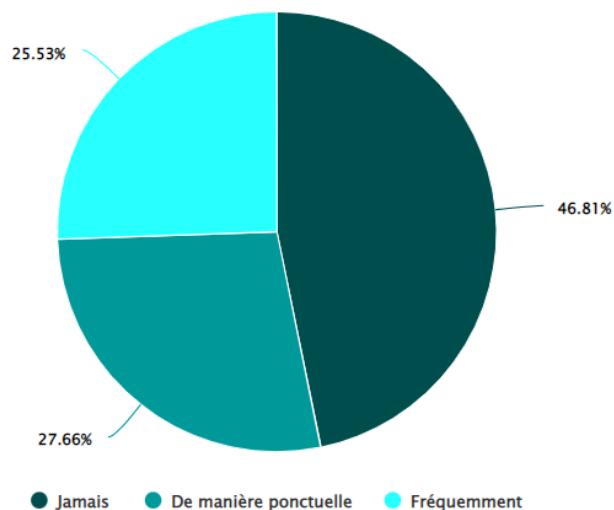
6.3 B – Le Programme Opérationnel Interrégional Massif des Alpes

UNE COMMUNICATION PEU EFFICACE SUR LE PROGRAMME OPERATIONNEL INTERREGIONAL MASSIF DES ALPES

Rappel de la question : Avez-vous déjà entendu parler du Programme Opérationnel Interrégional Massif des Alpes (POIA) ?

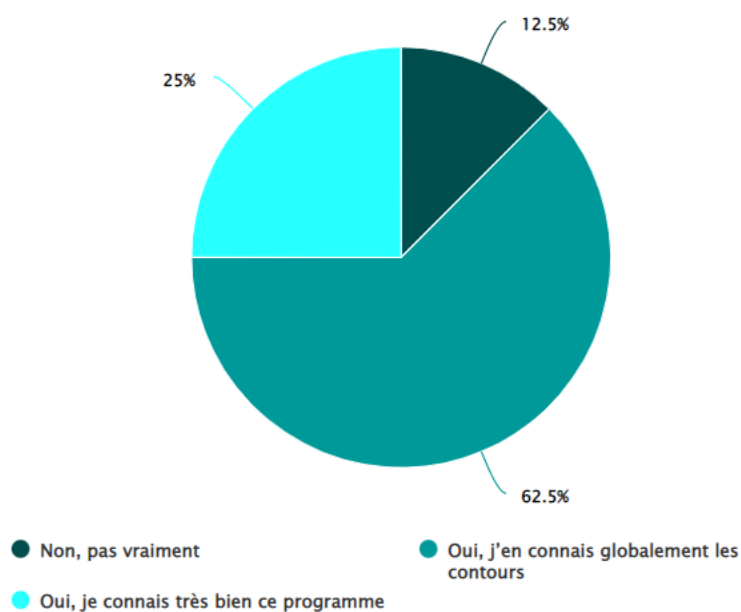
Pour rappel : 47 répondants.

Près de la moitié des répondants (46,8 %) n'a jamais entendu parler du Programme Opérationnel Interrégional Massif des Alpes, alors que seulement un quart des répondants en a entendu parler fréquemment.



UN PROGRAMME CONNU DANS SES GRANDES LIGNES

Rappel de la question : Si vous avez répondu « De manière ponctuelle » ou « Fréquemment » savez-vous ce qu'est le Programme Opérationnel Interrégional du massif des Alpes ?



Pour rappel : 24 répondants.

Parmi les personnes qui en ont entendu parler fréquemment et ponctuellement (53,19 %), **seulement 1/4 des répondants déclarent connaître très bien le programme**, alors que près de 2/3 considèrent en connaître globalement les contours.

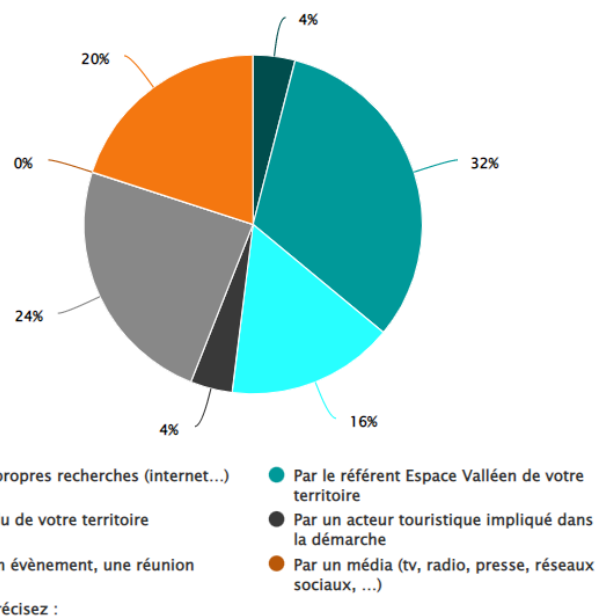
UN PROGRAMME PEU COUVERT PAR LES MEDIAS

Rappel de la première question : Comment l'avez-vous découvert ?

La communication sur le programme est majoritairement assurée par les référents Espace Valléen (32 % des réponses), élus et via les évènements organisés.

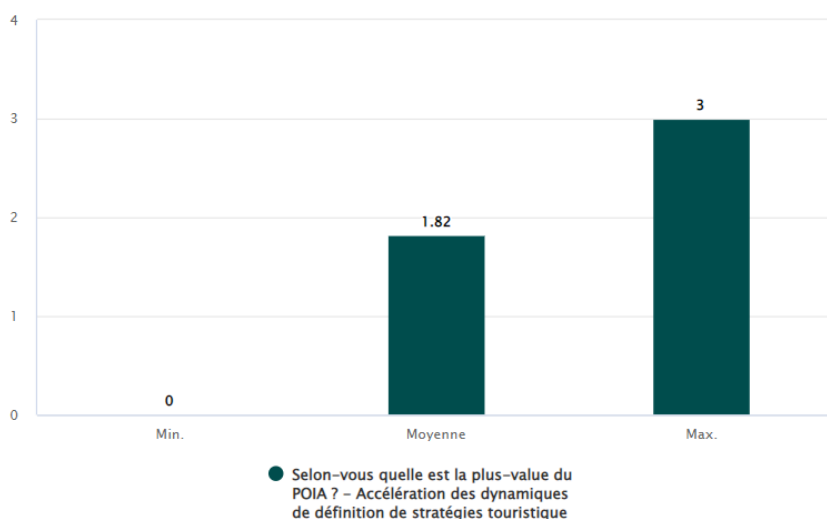
La recherche personnelle, ainsi que les acteurs touristiques impliqués dans la démarche Espaces Valléens, sont peu représentés parmi les sources d'information sur le programme (4% des réponses).

Quant aux médias, ceux-ci n'auraient permis à aucun des répondants de prendre connaissance du programme (0 réponses).



UNE PLUS-VALUE MODEREE DU PROGRAMME SOUS DIFFERENTS ASPECTS

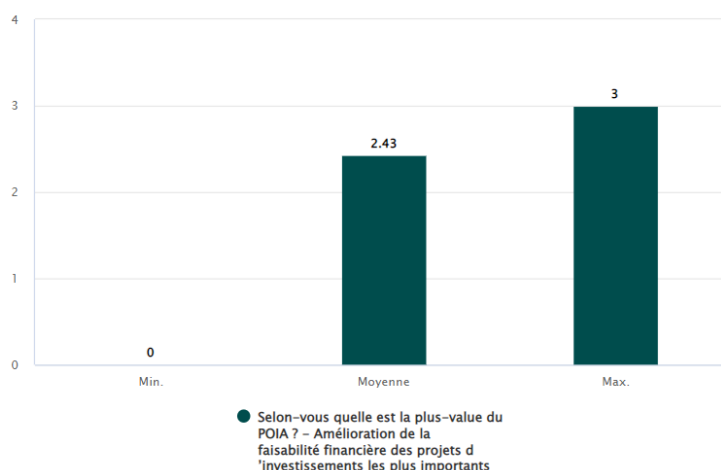
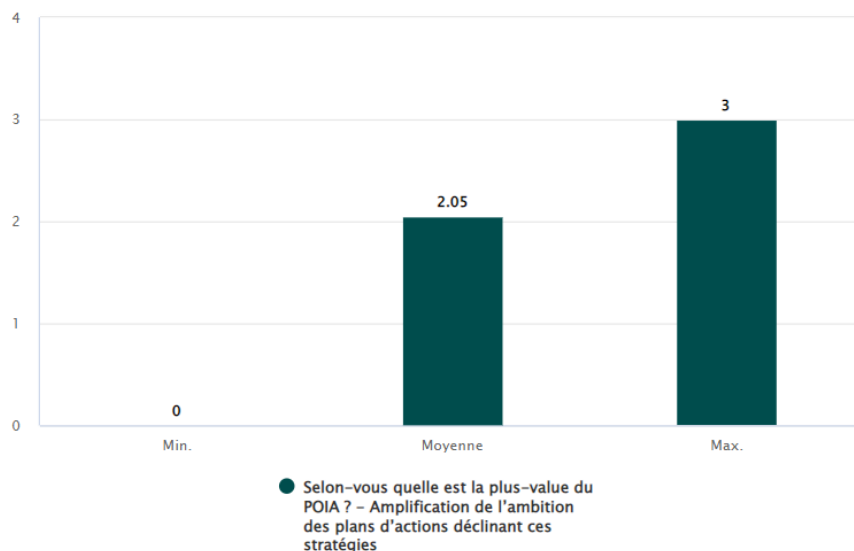
Rappel de la seconde question : Selon-vous quelle est la plus-value du POIA ? - Accélération des dynamiques de définition de stratégies touristiques



Accélération des dynamiques de définition de stratégies touristiques : Avec une note moyenne de 1,82, la plus-value du Programme dans l'accélération des dynamiques de définition de stratégies touristiques apparaît modérée à élevée.

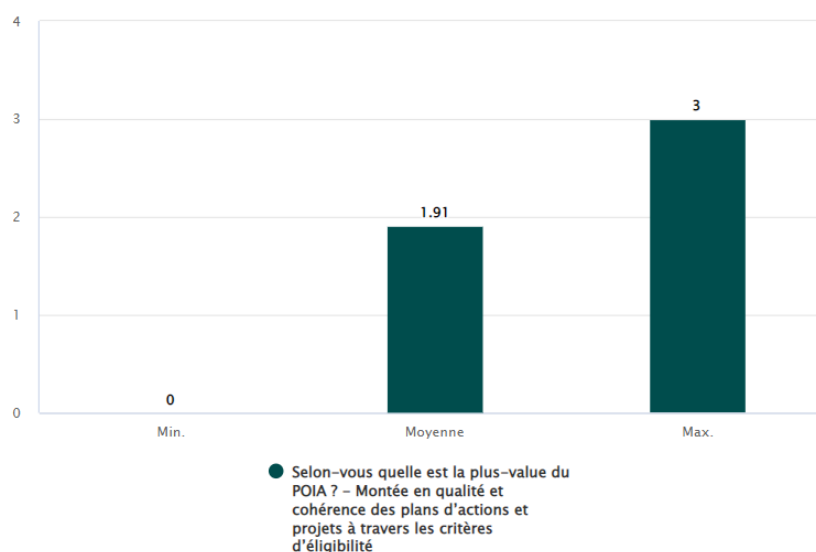
Alors que la moitié des répondants considèrent la plus-value du programme sur ce volet très élevée, 31,82 % des personnes ayant répondu à l'enquête reconnaissent une plus-value faible, voire nulle à la capacité du Programme d'accélérer les dynamiques de définition de stratégies touristiques.

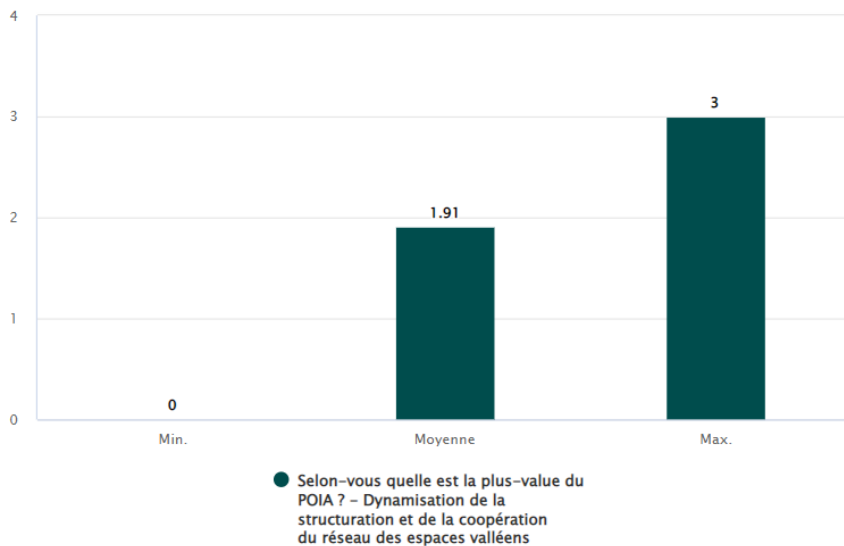
Amplification de l'ambition des plans d'actions déclinant ces stratégies : La capacité du Programme d'accélérer les l'ambition des plans d'actions déclinant ces stratégies est jugée élevée avec une note moyenne de 2,05. En effet, plus de 3/4 des répondants à l'enquête (77,27%) estiment élevée, voire très élevée la plus-value du programme sur cet aspect.



Amélioration de la faisabilité financière des projets d'investissements les plus importants : La plus-value du Programme en matière d'amélioration de la faisabilité financière des projets d'investissements les plus importants est très élevée (note moyenne de 2,43). Plus de la moitié des répondants a jugé la plus-value du Programme sur cet aspect très élevée (56,52 %).

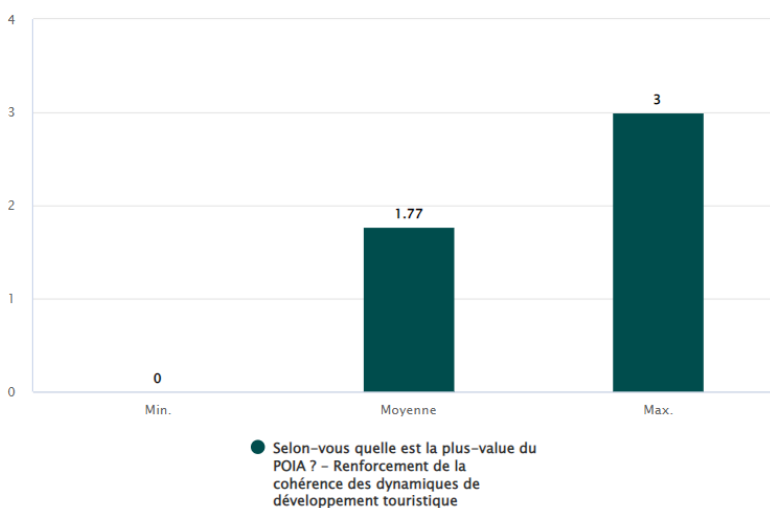
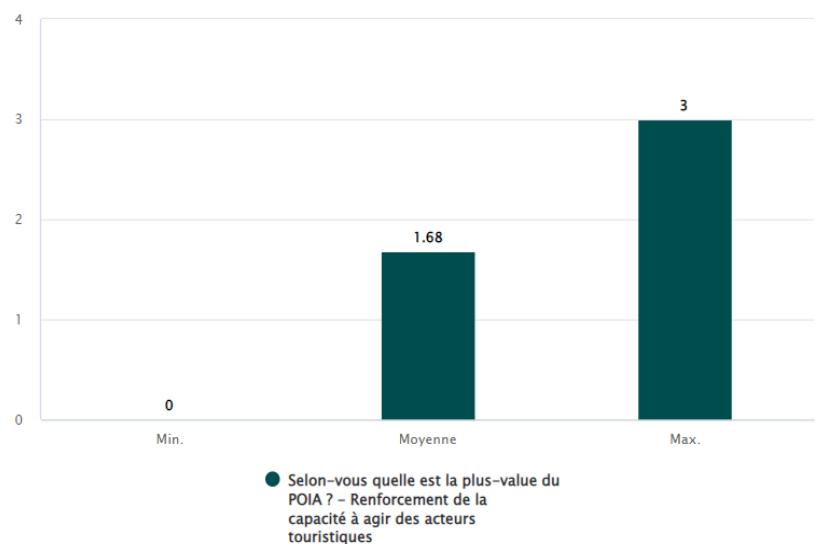
Montée en qualité et cohérence des plans d'actions et projets à travers les critères d'éligibilité : Avec une note moyenne de 1,91, le Programme traduit une plus-value modérée, voire élevée quant à sa capacité de faire monter en qualité et cohérence les plans d'actions et projets à travers des critères d'éligibilités. Les actions du Programme sont néanmoins jugées comme étant porteuses d'une plus-value faible, voire nulle sur cet aspect par 31,82 % des répondants à l'enquête.





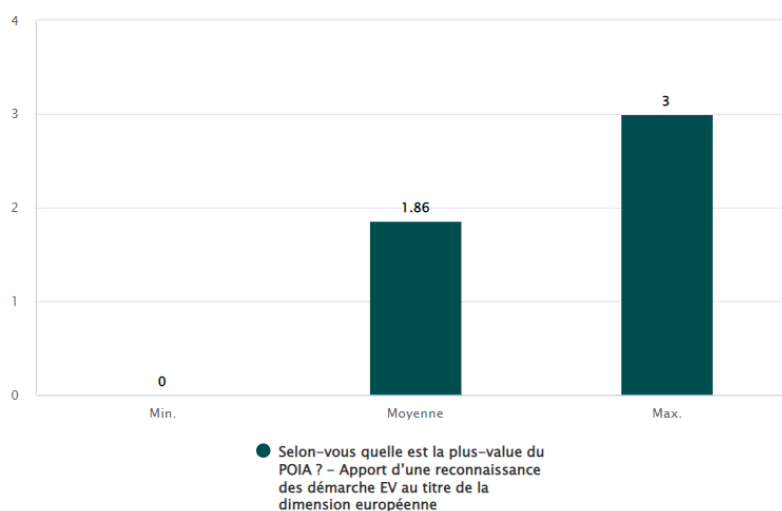
Dynamisation de la structuration et de la coopération du réseau des espaces valléens : La capacité du Programme de dynamiser la structuration et la coopération du réseau des espace valléens apparaît modérée, voire élevée, avec une note moyenne de 1,91. 34,78 % des répondants estiment que la plus-value du Programme sur ce volet est faible, voire nulle, alors qu'elle est jugée très élevée par 30,43 % des personnes ayant répondu à l'enquête.

Renforcement de la capacité à agir des acteurs touristiques : Plus faible, la plus-value du Programme dans le renforcement de la capacité à agir des acteurs touristiques est jugée modérée (note moyenne de 1,68). 36,36 % des répondants à l'enquête reconnaissant une plus-value faible, voire nulle au renforcement de la capacité à agir des acteurs touristiques opéré par le Programme. Seulement 13,64 % des personnes ayant répondu à l'enquête estiment que la plus-value du Programme sur ce volet est très-élevée.



Renforcement de la cohérence des dynamiques de développement touristique : Avec une note moyenne de 1,77, modérée apparaît également la capacité du Programme à renforcer la cohérence des dynamiques de développement touristique. 31,82 % des répondants juge faible, voire nulle la plus-value du Programme sur ce volet.

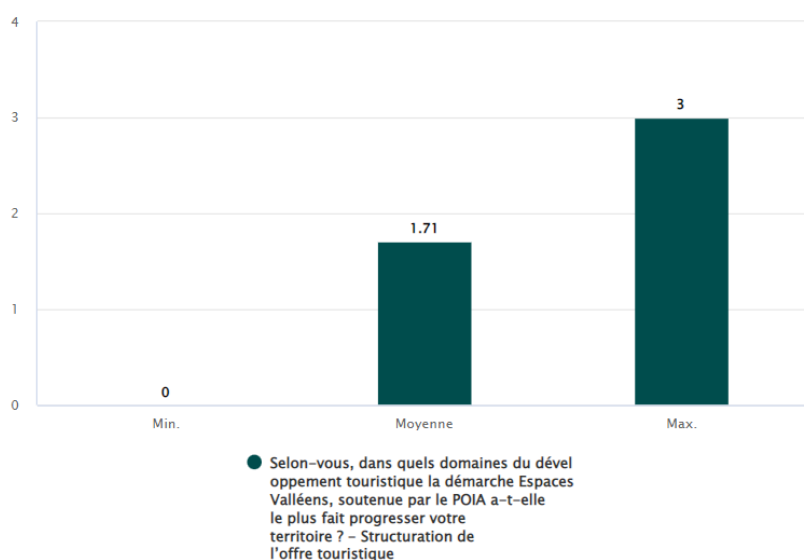
Apport d'une reconnaissance des démarches EV au titre de la dimension européenne : Avec une note moyenne de 1,86, le Programme traduit une plus-value modérée, voire élevée dans sa capacité à apporter une reconnaissance des démarches EV au titre de la dimension européenne. 38,1 % des répondants considèrent que le Programme est porteur d'une plus-value faible, voire nulle sur cet aspect.



6.4 C – Les effets de la démarche Espaces Valléens et du Programme Opérationnel Interrégional Massif des Alpes

DES DYNAMIQUES DE PROGRES JUGEES D'UNE MANIERE DIVERSIFIEE SELON LA THEMATIQUE

Rappel de la question : Selon-vous, dans quels domaines du développement touristique la démarche Espaces Valléens, soutenue par le POIA a-t-elle le plus fait progresser votre territoire ?

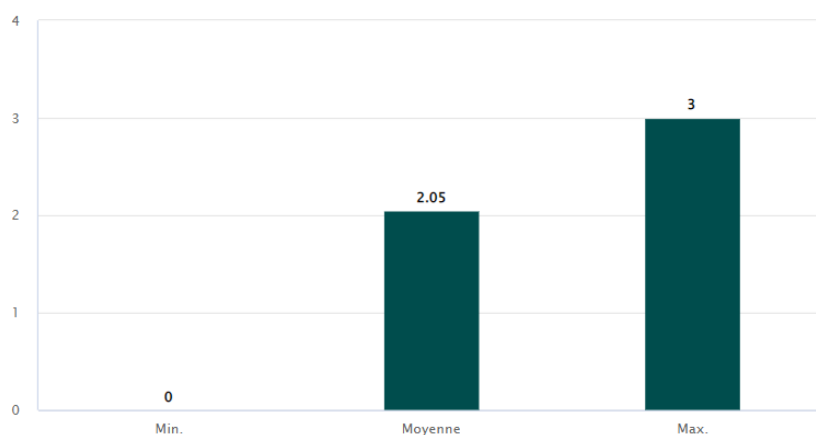


Structuration de l'offre touristique : apport modéré.

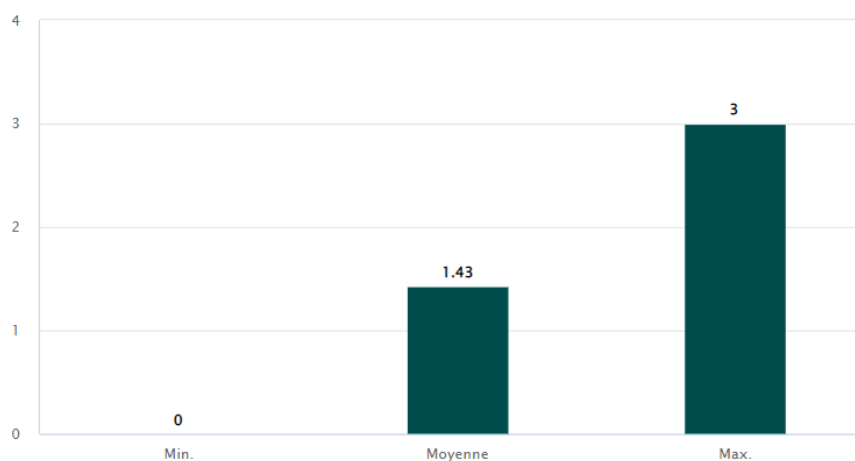
Parmi les 21 répondants, 6 ont posé une note équivalente à 1, 2 ou 3. Le reste (3) a mis une note de 0.

Valorisation et préservation des patrimoines naturels et culturels : apport élevé.

Des 21 répondants, 42,86% ont mis la note maximale de 3. Plus d'un quart ont renseigné 2 et moins de 10% ont émis une note de 0.



● Selon-vous, dans quels domaines du développement touristique la démarche Valléens, soutenue par le POIA a-t-elle le plus fait progresser votre territoire ? – Valorisation et préservation des patrimoines naturels et culturels



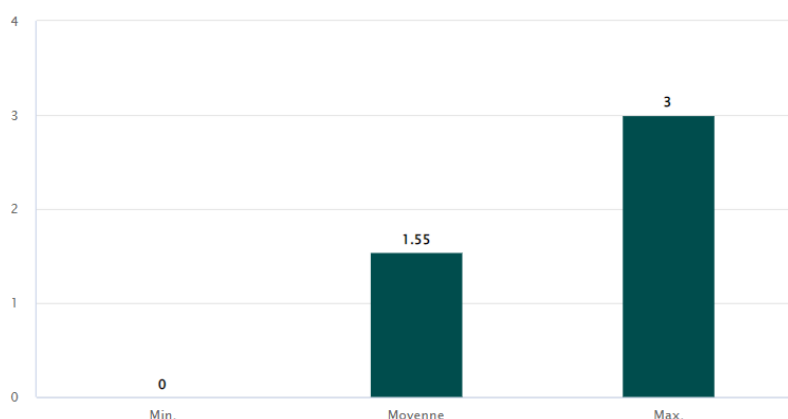
● Selon-vous, dans quels domaines du développement touristique la démarche Espaces Valléens, soutenue par le POIA a-t-elle le plus fait progresser votre territoire ? – Valorisation des savoir-faire locaux

Valorisation des savoir-faire locaux : : apport faible à modéré.

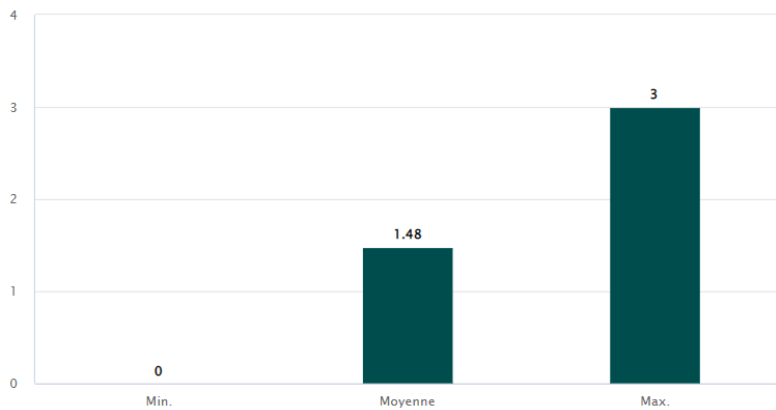
Des 21 répondants, plus de la moitié des répondants ont coché la note 1. Pratiquement un quart ont mis la note de 5. La moyenne sur cet aspect se stabilise à 1,43.

Développement d'une offre de découverte de loisirs / sportive / itinérante : apport modéré.

Près de 40% des 21 répondants ont placé la note de 2 sur cette question.



● Selon-vous, dans quels domaines du développement touristique la démarche Valléens, soutenue par le POIA a-t-elle le plus fait progresser votre territoire ? – Développement d'une offre de découverte de loisirs / sportive / itinérante



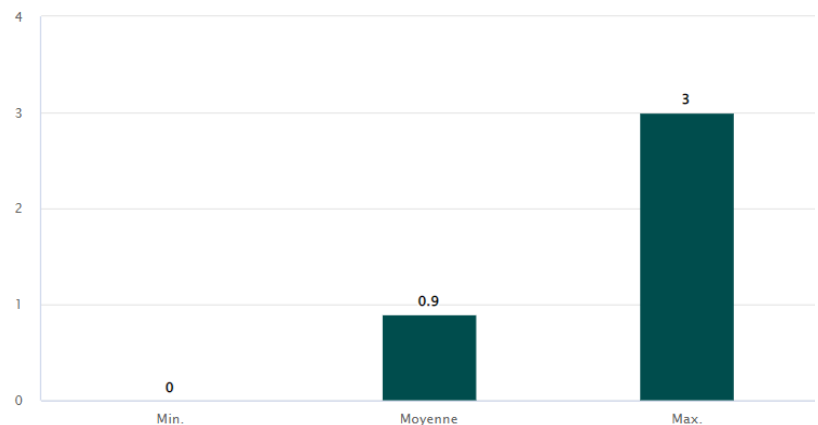
Qualification et visibilité de l'offre de tourisme et du territoire / destination : apport faible à modéré.

42,86% des 21 répondants ont mis la note de 2. Le nombre de personnes ayant mis une note inférieure à 1 représentent presque un quart des suffrages exprimés.

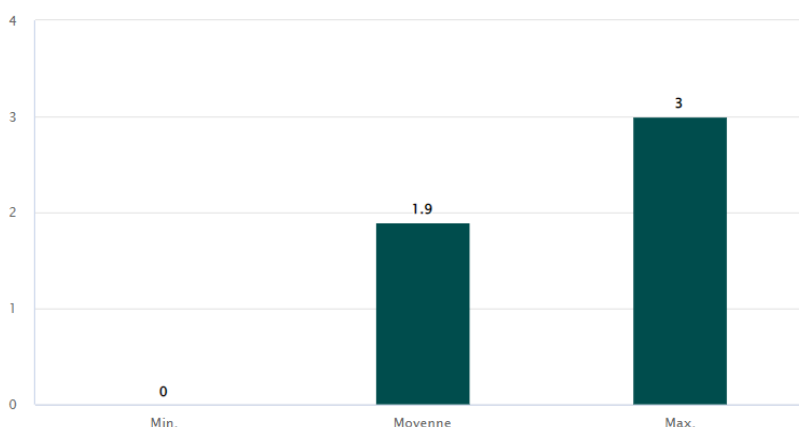
● Selon-vous, dans quels domaines du développement touristique la démarche Espaces Valléens, soutenue par le POIA a-t-elle le plus fait progresser votre territoire ? – Qualification et visibilité de l'offre de tourisme et du territoire / destination

Commercialisation et accessibilité de l'offre (financière, physique et numérique) : apport faible à nul.

Des 21 répondants, pratiquement la moitié (47,62%) ont placé la note de 1 sur cet aspect. Si l'on comptabilise les notes équivalentes à 0, le pourcentage de notes inférieures ou égales à 1 sont 81%.



● Selon-vous, dans quels domaines du développement touristique la démarche Espaces Valléens, soutenue par le POIA a-t-elle le plus fait progresser votre territoire ? – Commercialisation et accessibilité de l'offre (financière, physique et numérique)

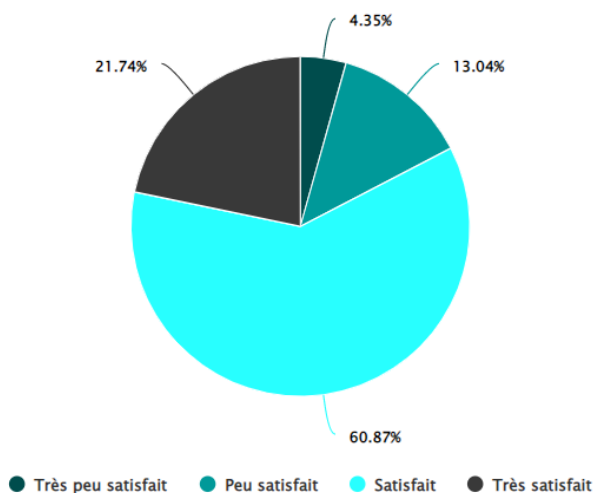


Développement de l'activité touristique estivale / hors saison : apport élevé.

Des 21 répondants, la note 1 représente presque la moitié des suffrages (47,62%). Plus d'un quart des répondants ont mis une note équivalente à 3.

● Selon-vous, dans quels domaines du développement touristique la démarche Espaces Valléens, soutenue par le POIA a-t-elle le plus fait progresser votre territoire ? – Développement de l'activité touristique estivale / hors saison

Rappel de la question : In fine êtes-vous [1, très peu satisfait, 2 peu satisfait, 3 satisfait, 4 très satisfait] de la dynamique soutenue par le POIA dans les Espaces Valléens ?



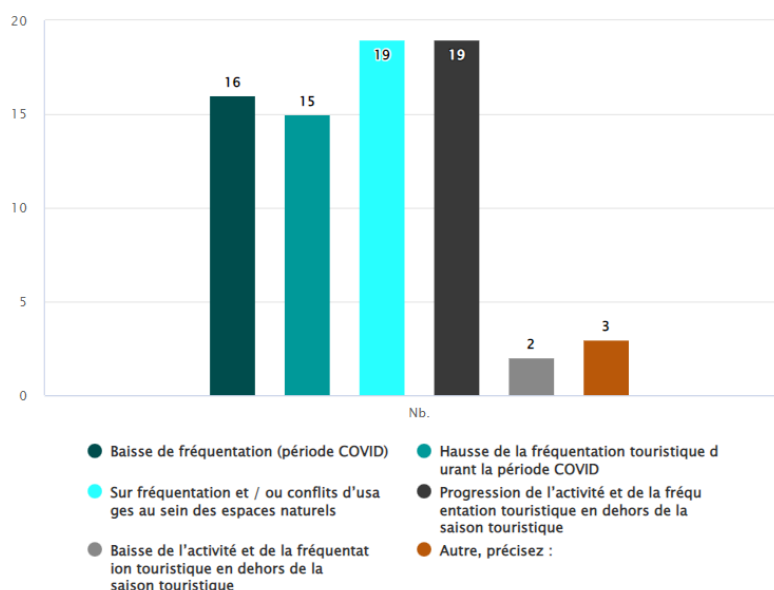
83% des répondants se disent satisfait voire très satisfaits de la dynamique soutenue par le POIA dans les Espaces Valléens. A peine 5% des avis sont très négatifs sur cet aspect.

6.5 D. Evolution de la situation, vision prospective et enjeux prioritaires à considérer

UNE SUR FREQUENTATION ET UNE PROGRESSION DE L'ACTIVITE EN DEHORS DE LA SAISON TOURISTIQUE : LES TENDANCES LES PLUS MARQUEES

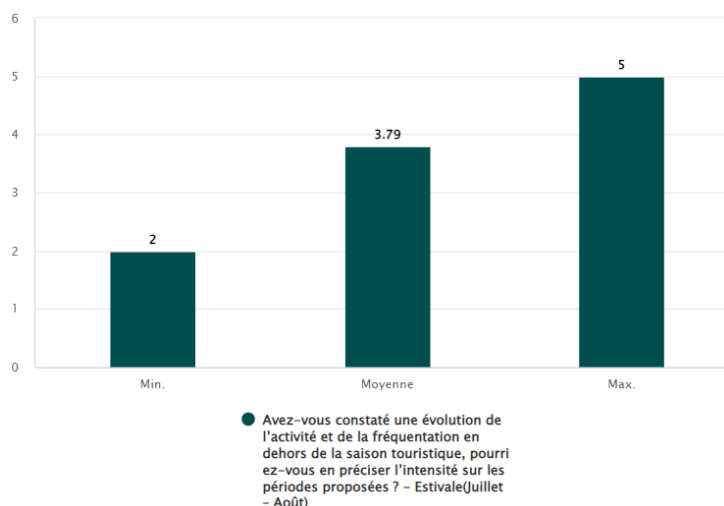
Rappel de la question : Avez-vous observé une / des évolutions / tendances suivantes sur votre massif / territoire depuis 2014 ?

Des tendances observées sur le massif, la sur fréquentation et la progression de l'activité en dehors de la saison touristique sont les plus mises en avant (19 sur 33 répondants, 57,58 %). A noter que si une part des répondants (48,48 %) a constaté une tendance à la baisse de la fréquentation en période de Covid, une part tout aussi importante (45,45 %) a relevé une hausse de la fréquentation touristiques dans la même période.



Rappel de la question : Avez-vous constaté une évolution de l'activité et de la fréquentation en dehors de la saison touristique, pourriez-vous en préciser l'intensité sur les périodes proposées ?

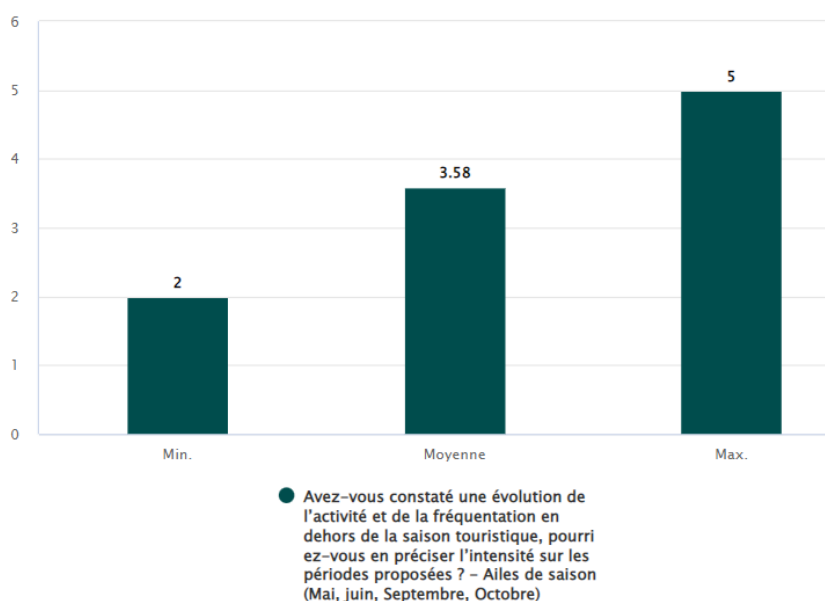
Pour rappel : une note de 1 Forte Baisse à 5 Forte hausse devait être attribuée.

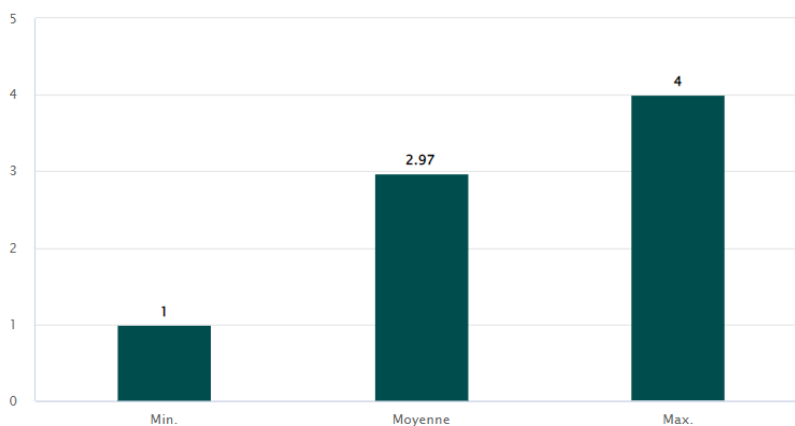


Estivale (Juillet – Août) : Pendant la période estivale, les répondants à l'enquête ont observé une hausse modérée de l'activité et de la fréquentation en dehors de la saison touristique (note moyenne de 3,79).

La majorité des répondants (36,36 %) estiment avoir observé une stabilité de l'activité et de la fréquentation, alors que 30,3 % des personnes ayant répondu affirment en avoir constaté une hausse.

Ailes de saison (Mai, juin, Septembre, Octobre) : Avec une note moyenne de 3,58, une faible hausse de l'activité et de la fréquentation en dehors de la saison touristique aurait également été observée lors des ailes de saison. 42,42 % des répondants déclarent avoir assisté à une hausse de la fréquentation et de l'activité. En revanche, une stabilité, voire une baisse aurait été constatée par 46,26 % des personnes ayant répondu.





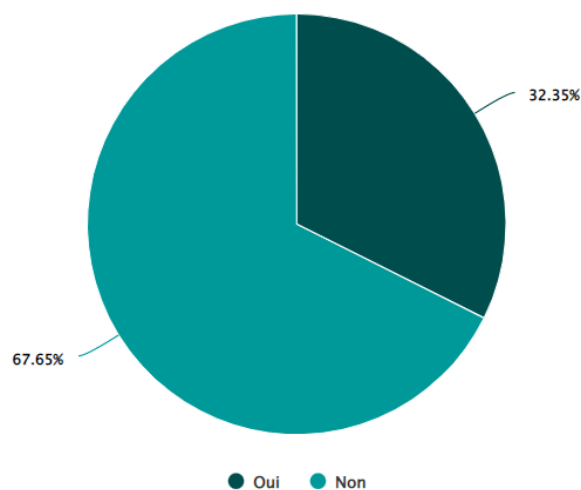
● Avez-vous constaté une évolution de l'activité et de la fréquentation en dehors de la saison touristique, pourriez-vous en préciser l'intensité sur les périodes proposées ? - 4 saisons (y.c novembre et avril)

4 saisons (y.c. novembre et avril) : Sur l'ensemble des 4 saisons, 64,52 % des répondants estiment avoir constaté une stabilité de l'activité et de la fréquentation en dehors de la saison touristique.

UN FAIBLE VOLUME DE STATISTIQUES SUR L'ÉVOLUTION DE LA FRÉQUENTATION HORS SAISON HIVERNALE

Rappel de la question : Disposez-vous de statistiques permettant de mesurer l'évolution de la fréquentation de votre territoire hors saison hivernale / touristique ?

Plus de 2/3 des répondants (67,65 %) déclarent ne pas disposer de statistiques permettant de mesurer l'évolution de la fréquentation de leur territoire hors saison hivernale / touristique.

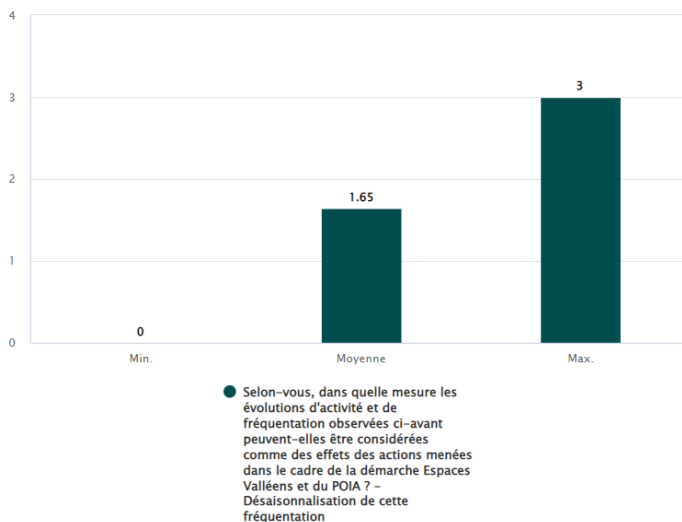
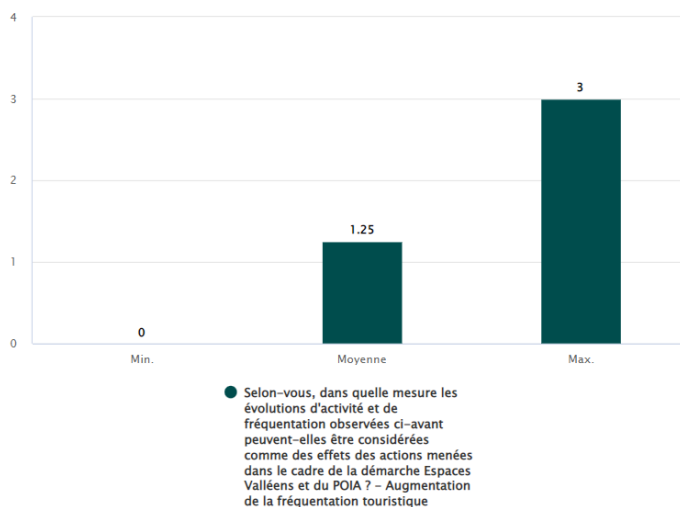


Rappel de la question : Selon-vous, dans quelle mesure les évolutions d'activité et de fréquentation observées ci-avant peuvent-elles être considérées comme des effets des actions menées dans le cadre de la démarche Espaces Valléens et du POIA ?

Augmentation de la fréquentation touristique :

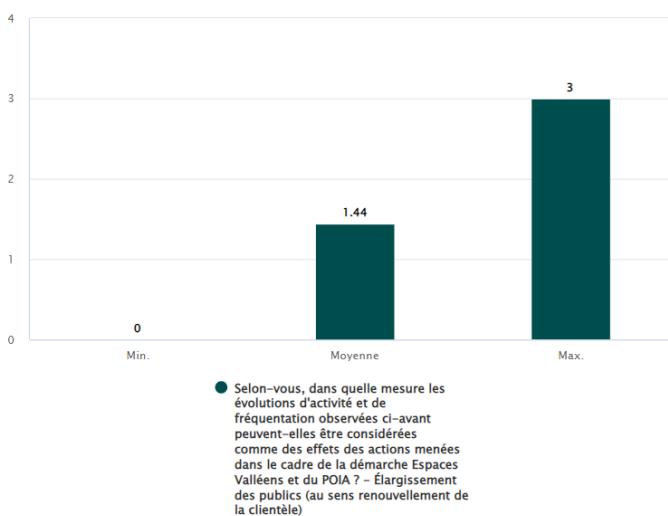
Avec une note moyenne de 1,25, les répondants estiment que les actions menées dans le cadre de la démarche Espaces Valléens et du POIA auraient eu des effets modérés, voire faibles sur l'augmentation de la fréquentation touristiques.

56,26 % des répondants jugent faibles, voire nuls les effets des actions sur cet aspect.

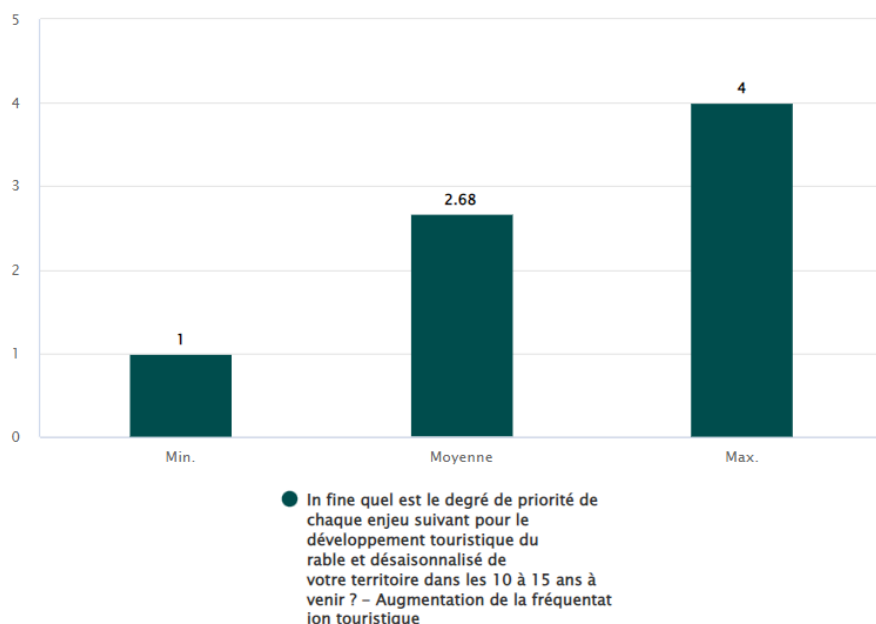


Désaisonnalisation de cette fréquentation : modérés mais plus importants apparaissent également les effets des actions sur la désaisonnalisation de la fréquentation touristique (note moyenne de 1,65). La majeure partie des répondants (41,94 %) estime très élevés ces effets, alors que 38,71 % des personnes ayant répondu à l'enquête considèrent les effets des actions sur la désaisonnalisation de la fréquentation, faibles, voire nuls.

Élargissement des publics (au sens renouvellement de la clientèle) : D'après les participants de l'enquête, les actions auraient eu un impact modéré sur l'élargissement des publics (note moyenne de 1,44). Les personnes qui estiment faibles les effets des actions menées dans le cadre de la démarche Espaces Valléens et du POIA sur ce volet sont majoritaires (37,5%), suivies par celles qui jugent les effets élevés (25%).

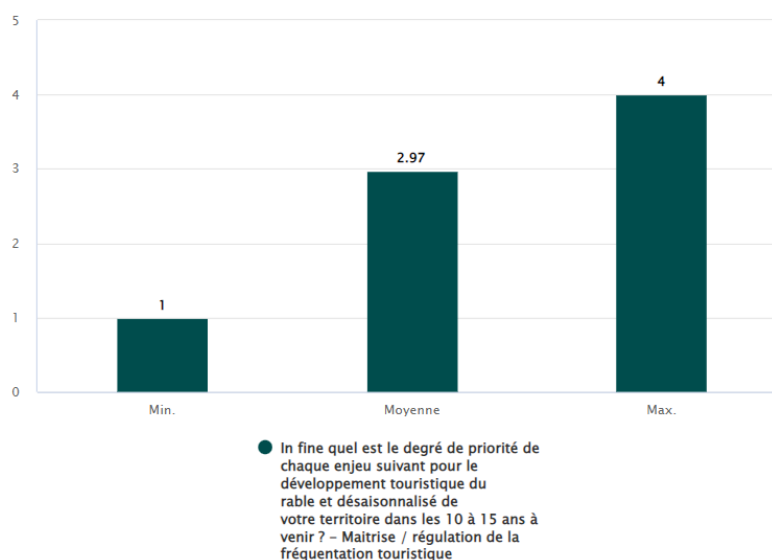


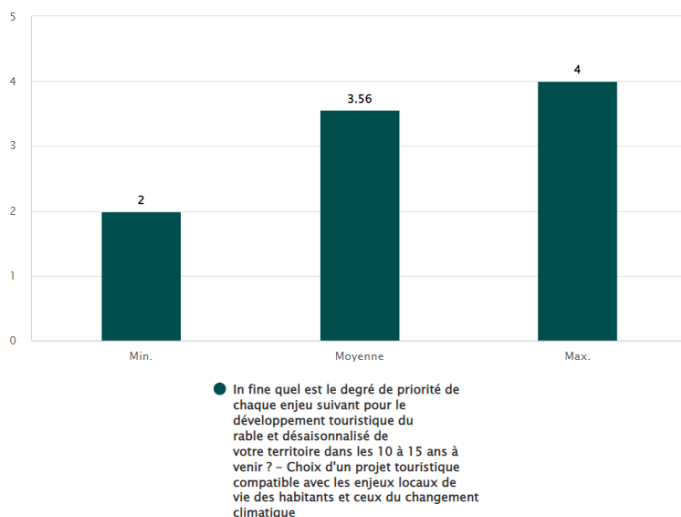
Rappel de la question : In fine quel est le degré de priorité de chaque enjeu suivant pour le développement touristique durable et désaisonnalisé de votre territoire dans les 10 à 15 ans à venir ?



Augmentation de la fréquentation touristique : Avec une note moyenne de 2,68, les enjeux d'augmentation de la fréquentation touristique n'apparaissent plus très prioritaires pour le développement touristique et désaisonnalisé du territoire. La majorité des répondants estiment qu'il s'agit d'un enjeu prioritaire (35.48%), alors que 38,7 % des personnes ayant répondu à l'enquête considère cet enjeu secondaire, voire très secondaire.

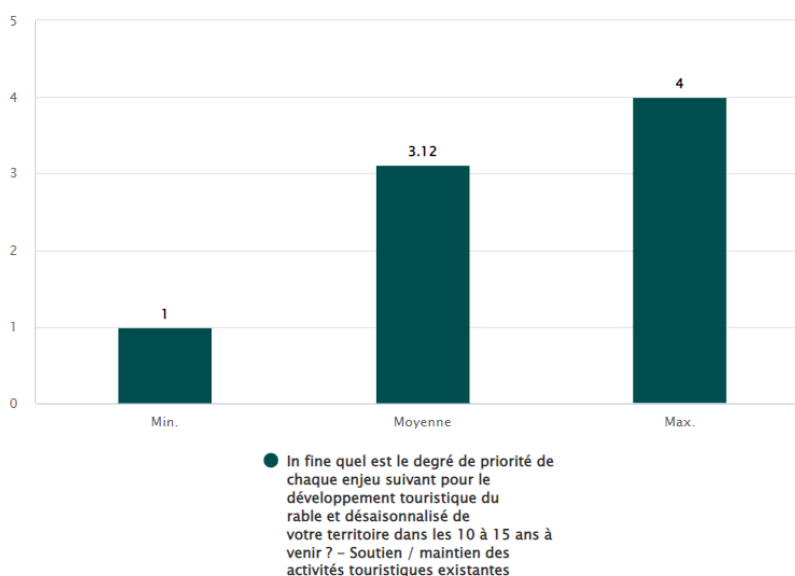
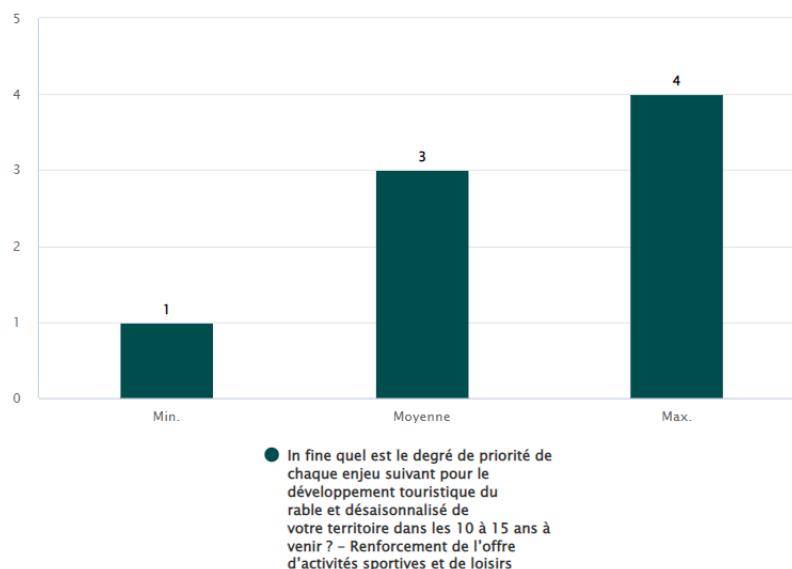
Maîtrise / régulation de la fréquentation touristique : En moyenne, les répondants jugent la maîtrise / régulation de la fréquentation touristique comme étant un enjeu prioritaire (2,97 de note moyenne). La majorité des personnes ayant répondu à l'enquête (40%) estiment cet enjeu très prioritaire pour le développement touristique et désaisonnalisé de leur territoire. L'enjeu serait en revanche secondaire pour 30% des répondants.





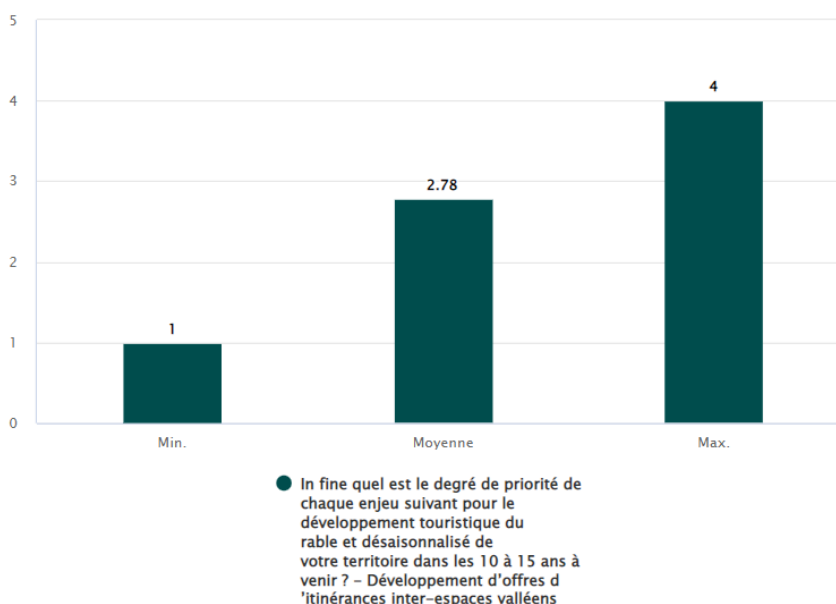
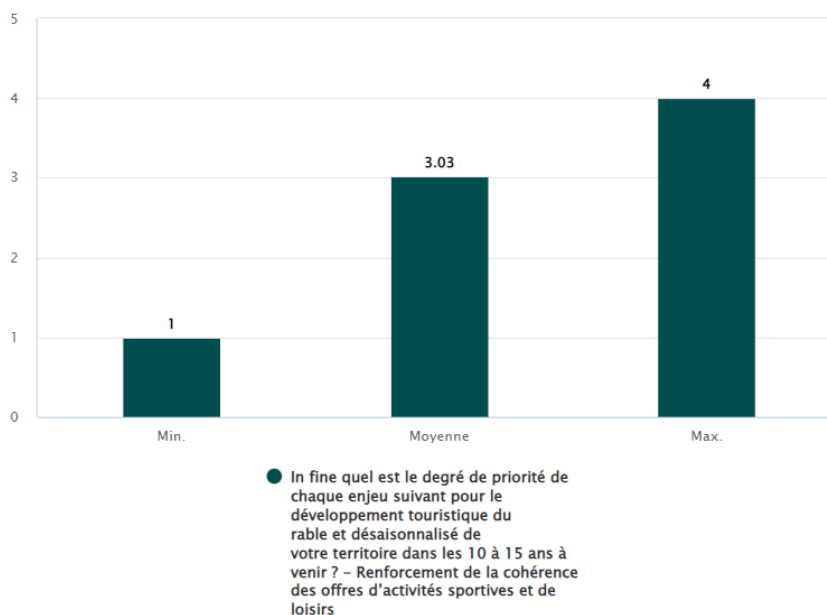
Choix d'un projet touristique compatible avec les enjeux locaux de vie des habitants et ceux du changement climatique : Avec une note moyenne de 3,56, les répondants considèrent le choix d'un projet touristique en fonction de sa compatibilité avec les enjeux locaux de vie des habitants et ceux du changement climatique comme étant très prioritaire. En effet, près de 2/3 des répondants à l'enquête (62,5%) pensent qu'il s'agit d'un enjeu très prioritaire, suivis par ceux qui le jugent prioritaire (31.25%).

Renforcement de l'offre d'activités sportives et de loisirs : Le renforcement de l'offre d'activités sportives et de loisirs est perçu comme étant un enjeu prioritaire pour le développement touristique et désaisonnalisé du territoire (note moyenne de 3). 81,26% des répondants à l'enquête considère que l'enjeu en question serait prioritaire, voire très prioritaire dans les 10 à 15 années à venir.



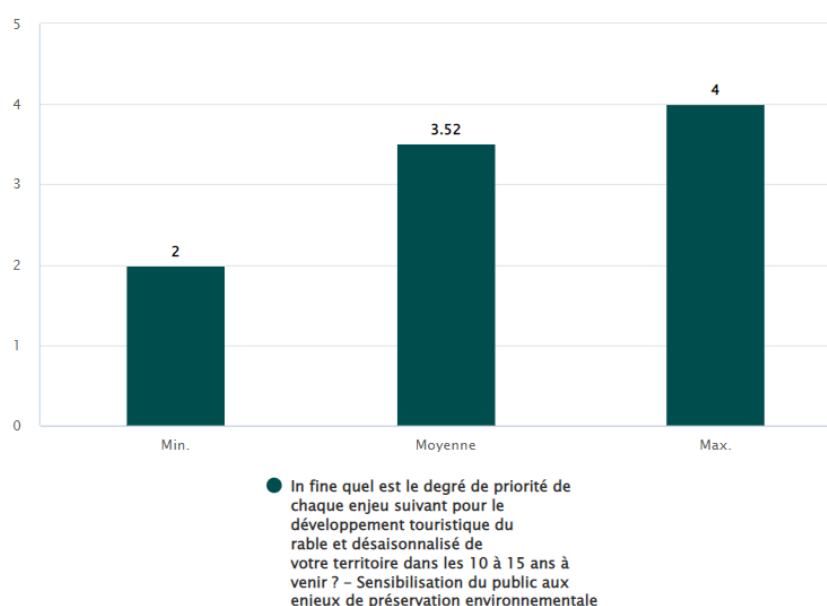
Soutien / maintien des activités touristiques existantes : De même, avec une note moyenne de 3,12, l'enjeu de soutien / maintien des activités touristiques existantes apparaît prioritaire. La grande majorité des répondants (87,88%) déclarent juger ces enjeux prioritaires, voire très prioritaires pour le développement touristique de leur territoire dans les 10 à 15 années à venir.

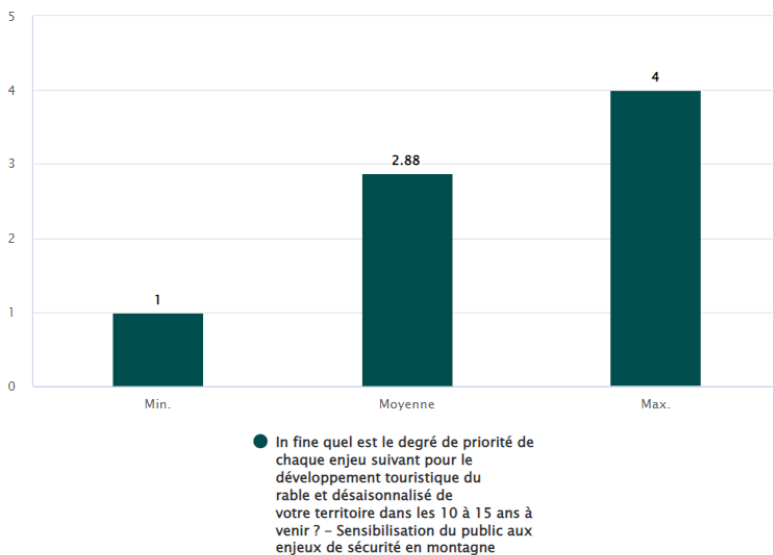
Renforcement de la cohérence des offres d'activités sportives et de loisirs : Le renforcement de la cohérence des offres d'activités sportives et de loisirs est un enjeu prioritaire pour les répondants qui ont attribué une note moyenne de 3,03. En effet, la grande majorité de ceux-ci (80,65%) estiment qu'un tel enjeu s'avère prioritaire, voire très prioritaire pour le développement touristique et désaisonnalisé de leur territoire.



Développement d'offres d'itinéances inter-espaces valléens : Avec une note moyenne de 2,78, le développement d'offres d'itinéances inter-espaces valléens est reconnu comme étant un enjeu important sans être très prioritaire du développement touristique dans les 10 à 15 années à venir. 34,38% des répondants le considèrent prioritaire, alors que 28,13% le considèrent très prioritaire.

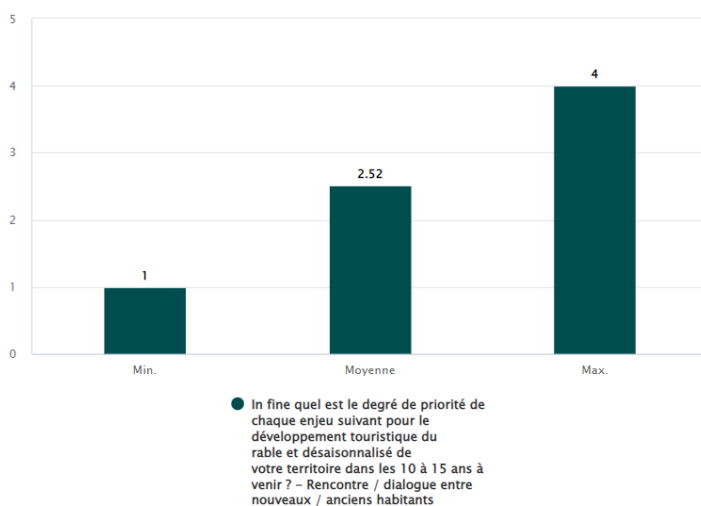
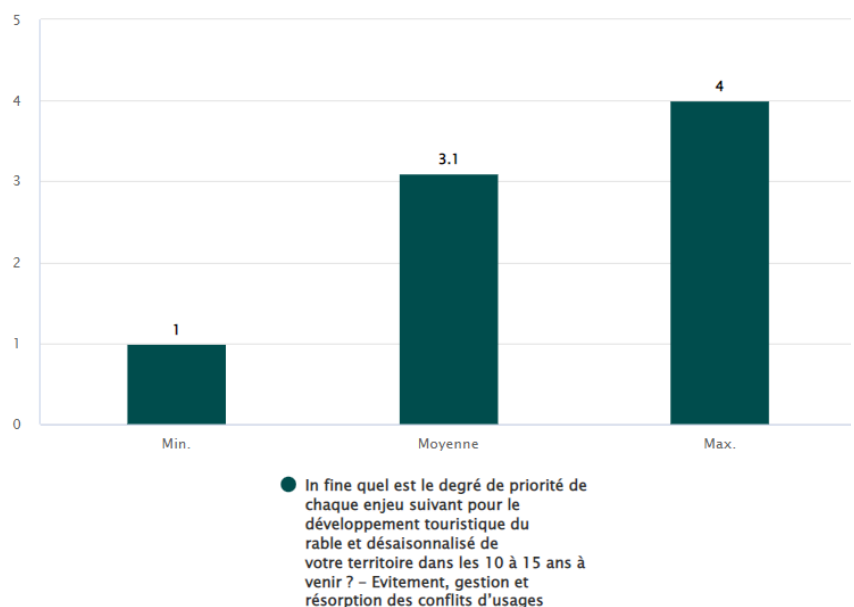
Sensibilisation du public aux enjeux de préservation environnementale : La sensibilisation du public aux enjeux de préservation environnementale apparaît très prioritaire pour le développement touristique et désaisonnalisé avec une note moyenne de 3,52. La grande majorité des répondants (90,91%) considèrent qu'il s'agit d'un enjeu prioritaire (30,3%), voire très prioritaire (60,61%).





Sensibilisation du public aux enjeux de sécurité en montagne : Moins importante, la sensibilisation du public aux enjeux de sécurité en montagne demeure un enjeu plus important (note moyenne de 2,88) pour assurer le développement touristique du territoire dans les 10 à 15 années à venir. 37,5% des répondants estime qu'un tel enjeu est très prioritaire, alors que près d'un tiers des personnes ayant répondu à l'enquête (31,25%) le considère secondaire, voire très secondaire.

Evitement, gestion et résorption des conflits d'usages : Avec une note moyenne de 3.1, l'évitement, gestion et résorption des conflits d'usage est considéré comme étant un enjeu prioritaire du développement touristique du territoire. 73,33% des répondants à l'enquête pense qu'il s'agit d'un enjeu prioritaire (33,33%), voire très prioritaire (40 %).



Rencontre / dialogue entre nouveaux / anciens habitants : La rencontre / dialogue entre nouveaux / anciens habitants est perçu par les répondants comme étant un enjeu peu prioritaire (note moyenne de 2,52). Plus de la moitié des personnes ayant répondu à l'enquête (51,61%) considèrent qu'un tel enjeu est secondaire (29,03%), voire très secondaire (29,03%) pour le développement touristique et désaisonnalisé de leur territoire.

Rappel de la question : Si vous avez des remarques que vous n'avez pas pu exprimer durant ce questionnaire cet espace vous est réservé :

Au vu du nombre de réponses à cette question (6), il est **difficile d'établir une typologie précise des remarques qui ont été formulées**. En revanche, certains avis méritent d'être mentionnés.

Le déficit d'image et le manque de leadership ont parfois été reprochés à la démarche Espaces Valléens. La recherche du compromis entre les différents territoires ou collectivités les composant a parfois pu altérer certaines décisions ou freiner certaines orientations. En témoigne cet extrait : « *La démarche espaces valléens souffre à mon sens d'un déficit d'image (millefeuille territorial) et de leadership qui ne lui permet pas d'être moteur dans le déclenchement d'une quelconque dynamique. Dommage car l'échelle géographique du territoire peut s'avérer pertinente du point de vue touristique, sur la saison estivale et le hors saison. Le souci de satisfaire tout le monde, l'incapacité à trancher ne permettent pas non plus de développer une stratégie touristique efficace* ».

Cet autre commentaire permet aussi d'appuyer cet argument : « *Les communautés de communes et municipalités sont beaucoup trop prégnantes dans le pilotage des réflexions menées et dans les choix opérés. Les socio-professionnels dans leur diversité sont trop souvent mis de côté dans les instances décisionnaires et leur rôle réduit à "peau de chagrin" alors que leur présence doit être institutionnalisée* »

De manière plus classique dans le cadre des fonds européens, les problèmes liés à **la complexité administrative et la technicité des dossiers** ont été abordés. Des répondants reprochent la sélection informelle qu'organise parfois le remplissage des dossiers, qui peut éliminer certains projets par manque d'ingénierie : « *Les porteurs de projets sont soumis aux logiques de subventions européennes et donc à sa bureaucratie. Les projets subventionnés ne sont pas ceux qui le mériteraient pour leur contenu, mais ceux qui ont la capacité de rentrer dans les cases et dont le porteur de projet a la capacité à monter les dossiers (compétences, temps à dégager donc RH en nombre...). Bref, le projet financé est bien souvent un projet qui aurait pu être fait quoi qu'il arrive, puisque l'on demande un extrême niveau de maturité, avec des délais d'instruction de dossiers interminables.* »

En dehors de la démarche Espaces Valléens il semble que des répondants souhaitent faire remonter des enjeux de plus en plus prégnants des territoires de montagne. C'est le cas notamment **des conflits d'usages entre le tourisme et les pratiques agricoles** dont la cohabitation n'est parfois pas aisée. Illustration avec cet extrait : « *Nos espaces de travail ne sont pas des zones de loisirs. Il est inadmissible que notre activité professionnelle souffre ainsi de l'attitude de vacanciers qui partent du principe que la nature est à tout le monde et que tout y est permis. C'est encore plus vrai lorsque ce sont nos salariés qui se font agresser, insulter caillasser sur leur lieu de travail. C'est une question de droit du travail. Encore une randonneuse grièvement blessée par la charge d'une vache dans le Puy de Dôme il y a quelques jours...* »

7. Benchmark

Il s'agissait de réaliser une étude comparative de dispositifs et initiatives mis en œuvre au sein du Massif des Alpes ou au sein d'autres massifs français sur des enjeux spécifiques identifiés dans le cadre des analyses et des constats établis lors de la rédaction du rapport intermédiaire d'évaluation d'impact.

Ainsi, quatre sujets de benchmark ont été traités par l'équipe en charge de l'évaluation :

- **La mise en cohérence de l'offre entre territoires et destinations touristiques ;**
- **Le développement de mobilités touristiques vers les sites touristiques et patrimoniaux moins « carbonés » ;**
- **Les solutions déployées en réponse aux situations de conflits d'usages dans les massifs ;**
- **La notoriété, la lisibilité, la visibilité (communication / promotion) et la transition du tourisme.**

Pour réaliser ces travaux de benchmark, les évaluateurs ont mobilisé à la fois :

- > **Des travaux d'analyse documentaire**, visant à s'approprier le contexte territorial, les interventions, leurs objectifs et les modalités de mise en œuvre de ces initiatives ;
- > **Leur retour d'expérience de l'accompagnement d'autres programmes, dispositifs, territoires ;**
- > **La réalisation de 1 à 3 entretiens semi-directifs par benchmark**, auprès de référents sur les territoires des dispositifs et des politiques touristiques étudiées en approche comparative (études de cas pratiques notamment).

La finalité des travaux consistait à **alimenter la réflexion collective sur les pistes d'évolution à l'appui d'initiatives concrètes.**

7.1 Benchmark – Mise en cohérence de l'offre entre territoires et destinations touristiques

DE LA STATION AU TERRITOIRE, VERS LA DESTINATION...

La montagne a construit son développement touristique sur un modèle unique : la station de sports d'hiver. Le changement climatique et ses conséquences sur nos ressources et modes vies devant être soutenables, les besoins de différenciation des offres et les évolutions des attentes des clientèles amènent, depuis quelques décennies, à repenser cette spécialisation économique des territoires de montagne autour de l'activité touristique de ski alpin et nordique.

Pour se différencier et/ou diversifier leurs offres, en développant notamment des activités en saison estivale, de nombreuses stations ont fait le choix d'investir dans de nouveaux équipements, comme les centres aquatiques ou les pistes de luge d'été, des aménagements comme les pistes de VTT... Sans remettre en cause la pertinence de ces choix, force est de constater que les actions de diversification se ressemblent.

Ces nouveaux équipements conduisent-ils les territoires de montagne vers une certaine standardisation de leurs offres ?

Le Massif central est confronté à des enjeux de transition du tourisme plus anciens et plus vastes que dans le Massif alpin. Les réflexions sur les potentialités d'un développement touristique en saison estivale sont déjà assez anciennes.

2 entretiens ont été réalisés avec Bertrand CAZAL du Commissariat de Massif central et Jean-Paul GUERIN de l'IPAMAC, afin de mieux appréhender **les enjeux de diversification et les risques de standardisation de l'offre ainsi que les potentiels des territoires à devenir de véritables destinations à travers :**

- L'expérience des Pôles de pleine nature dans le Massif central
- La démarche de labellisation RICE, "Réserve internationale de ciel étoilé", du Parc des Cévennes

A retenir :

- > **Les effets de standardisation de l'offre se ressentent plus à l'analyse des dossiers que concrètement sur le terrain**
- > Habitants, excursionnistes, touristes, selon leurs profils (sportifs, familles...) ont des attentes et des besoins communs, pour ne pas dire standards, pour être satisfaits, quelque soient les destinations : montagne, campagne, littoral ou encore urbaine
- > **Les territoires de montagne sont passés de la « Station » au « Territoire » dans leurs stratégies touristiques.** Cette prise en compte des vallées nécessite une mise à niveau quantitative et qualitative de l'offre d'hébergement, de restauration, de loisir et de découverte
- > **Le passage du « Territoire » à la « Destination » invite les acteurs à travailler leur(s) positionnement(s) :** clair / pertinent / crédible / distinctif / durable
- > **Ce travail de positionnement des territoires, et la promotion/communication rattachée, doit pouvoir se faire à différentes échelles et avec différents partenaires**, par exemple :
 - o La grande itinérance qui invite les territoires à travailler ensemble en suivant une thématique et un linéaire spécifique
 - o Les labellisations comme les RICE

Estimation des impacts (objectif de valoriser la plus-value pour inciter à la reproduction) :

L'évaluation des impacts est compliquée, mais il apparaît que les PPN participent directement à :

- La structuration de l'offre de loisirs et sports de pleine nature
- L'organisation des territoires par une gouvernance thématique « sport de nature » aux échelles pertinentes (intercommunale, supra communautaire, PNR, syndicat mixte...)
- La culture des partenariats public/privé, alors que les prestataires « sport de nature » sont compliqués à impliquer auprès des politiques publiques
- **L'émergence d'une identité par pôle**, grâce à la communication dédiée et au **renforcement du positionnement « sport de pleine nature »**, par exemple :
 - > PPN du Morvan : thématique de l'eau, « Rendre attractif le Domaine des Grands Lacs du Morvan par la dynamique des activités de pleine nature »
 - > PPN Montagne du Caroux : thématique principale de l'escalade, « Les Montagnes du Caroux, simplement sauvage ! »
 - > PPN des gorges de l'Aveyron : Thématique principale de l'eau vive



Enseignements à retenir et améliorations possibles du point de vue du maître d'ouvrage :

Les PPN ont notamment permis de faire la « démonstration par l'action » de :

- L'utilité de travailler ensemble : élus, associations, prestataires, écoles, institutionnels, fédérations sportives, ...
- La plus-value des sports et activités de pleine nature pour l'attractivité touristique des territoires
- La nécessité de préserver ses paysages et son environnement pour une offre de pleine nature de qualité

Les enjeux d'avenir et chantiers à poursuivre :

- Améliorer la gouvernance pour inscrire les PPN sur le long terme, et les ouvrir à de nouveaux acteurs comme les associations de protection de l'environnement
- Travailler sur la communication et la commercialisation des offres
- Elargir le spectre des PPN en travaillant de nouvelles thématiques spécifiques :
 - > **Des pôles « nature et culture »** : pour les territoires souhaitant valoriser leur offre patrimoniale pour un tourisme d'immersion – « *les patrimoines permettent à chaque territoire de mieux se différencier, de valoriser ses spécificités* »
 - > **Des pôles « nature et santé »** : pour les territoires souhaitant se positionner sur le bien-être et la remise en forme
 - > **Des pôles « nature et environnement »** : pour les territoires souhaitant valoriser leurs actions de formation, de médiation environnementale ... comme les PNR
 - > **Des pôles « nature et habitants »** : pour les territoires souhaitant valoriser une offre de loisirs pour les habitants aux 4 saisons

A retenir :

- > **Les PPN connaissent une certaine standardisation de leur offre** avec notamment l'aménagement des stations nordiques, l'installation de tyroliennes ... **mais ces équipements « standards » ont leur utilité car ils répondent aux attentes des clientèles et constituent un socle commun nécessaire.**
- > **La force des activités de pleine nature est qu'elles mettent en scène les paysages**, et le Massif central est riche de la diversité de ses paysages, c'est ce qui rend chaque pôle unique.
- > **La valorisation des patrimoines naturels et culturels dans les PPN permettra d'affirmer des positionnements spécifiques et complémentaires** qui participeront à l'attractivité des territoires auprès des touristes et des habitants

Rappel des enjeux :

Conscient de la qualité de son « ciel étoilé », du potentiel d'un positionnement « Réserve Internationale de Ciel Etoilé » et des enjeux de préservation de la biodiversité nocturne, le Parc National des Cévennes s'est engagé dès août 2016, avec les acteurs publics et privés de son territoire, pour la labélisation RICE de son territoire.

Présentation et illustration des composantes essentielles du projet :



Une réserve internationale de ciel étoilé (RICE) est un territoire jouissant d'un ciel étoilé d'une qualité exceptionnelle et qui fait l'objet d'une mise en valeur à des fins scientifiques, éducatives, culturelles, touristiques ou dans un but de préservation de la nature.

La réserve comprend une zone centrale où la noirceur naturelle est préservée au maximum et une région périphérique où les élus, les individus et les entreprises reconnaissent l'importance du ciel étoilé et s'engagent à le protéger à long terme. Ainsi, les prestataires touristiques, comme les hébergeurs et agences de voyages engagés dans la valorisation de la démarche, peuvent se voir attribuer la reconnaissance Ciel étoilé.

Ce label est attribué par l'International DarkSky Association (IDA).

Plan de financement (coût des différentes composantes du projet), budget de fonctionnement et recettes :

Depuis 2018, un vaste programme de rénovation de l'éclairage public a été engagé par les communes et leurs avec l'appui de crédits publics (région Occitanie via des fonds européens FEDER et État par le plan France Relance).

Au total, près d'1.5 million d'euros ont été mobilisés par le Parc national, complétés par des participations significatives des syndicats d'énergie, qui ont permis d'accompagner les communes pour rénover plus de 6 500 points lumineux notamment ceux situés en cœur de Parc national, également zone centrale de la RICE.

Chiffres clés :

- Avec ses 3560 km² de superficie totale, la RICE du Parc national des Cévennes est la plus grande d'Europe
- Plus de 370 mesures de la qualité du ciel ont été effectuées en deux ans pour obtenir le label
- 26 communes du Parc national des Cévennes ont bénéficié de crédits européens gérés par la Région Occitanie (710 000 euros au total) pour subventionner la réalisation des travaux.
- 39 points lumineux restent encore à rénover d'ici 10 ans dans une vingtaine de hameaux.
- Entre 30 et 40 évènements consacrés à la nuit sont organisés chaque année sur le territoire du Parc national.

En parallèle, un important travail de sensibilisation sur la pollution lumineuse et la préservation de l'environnement nocturne a été réalisé auprès des scolaires et du grand public, comme à l'occasion de la « Fête de la Nuit » qui s'est tenue le 2 août dernier à Lasalle (Gard).

Estimation des impacts :

Le label RICE :

- Met en réseau une diversité d'acteurs locaux, publics et privés, et met en cohérence leurs actions
- Conforte le positionnement et la notoriété du Parc Nation des Cévennes : préservation et valorisation du patrimoine naturel
- Offre une couverture médiatique nouvelle : presse classique et spécialisée
- Créé un nouveau zonage thématique complémentaire et différenciant des territoires voisins
- Participe à la structuration d'une offre nouvelle avec la création de produits nouveaux orientés sur la nuit et le ciel
- Concilie remarquablement les enjeux de préservation de la biodiversité et le tourisme et participe à ce titre à la transition du tourisme

Enseignements à retenir et améliorations possibles du point de vue du maître d'ouvrage :

A retenir :

- **La labellisation RICE est une démarche vertueuse pour les territoires**
 - **La thématique du Ciel Etoilé est un choix de positionnement autour du patrimoine naturel et culturel,** une spécificité territoriale qui ne dépend pas des réalités administratives.
 - **Ce label permet de consolider un positionnement et renforcer la notoriété et l'attractivité des territoires**
 - **La principale difficulté rencontrée correspond à la capacité à traduire cette démarche en produit touristique.** A titre d'exemple, l'alpinisme s'ouvre au plus grand nombre dans les Ecrins. De la même manière, les étoiles ne constituent plus un sujet exclusif des astronomes notamment dans les Pyrénées avec « les nuits magiques au Pic du Midi » : Le produit phare, effet « Tour Eiffel ».
- Dans les Cévennes, l'approche touristique est plus diffuse :** des hébergements et une agence de voyage réceptive qui propose de l'itinérance sur cette thématique.



L'ascension

Quand la journée touche à sa fin, empruntez le téléphérique. Alors que tous les touristes redescendent, vous, visiteur privilégié, vous montez alors passer la nuit au Pic !

7.2 Benchmark – Mobilités vers des sites touristiques et patrimoniaux

Rappel du contexte et des enjeux : La popularisation du tourisme de montagne et de la voiture individuelle ces dernières décennies a engendré une réelle explosion des distances parcourues pour accéder aux destinations et sites touristiques de montagne.

Ce trafic induit différentes incidences environnementales négatives telles que : les pressions sur la faune et la flore (du dérangement des espèces en passant par la fuite de leur habitat et pouvant aller jusqu'à leur disparition), les ruptures de continuités écologiques, les émissions de CO2 et polluants atmosphériques, l'artificialisation des sols liée aux usages de la voiture individuelle (parking, routes, ...). Ce faisant, le coût socio-économique et environnemental des déplacements associés aux activités de tourisme et loisirs de montagne est devenu un enjeu majeur à l'échelle nationale.

Ce faisant, la recherche de **solutions visant à réduire ces incidences en favorisant des modes et organisations des mobilités** (mobilités douces, collectives, alternatives à la voiture individuelle, ...) moins impactant sur les ressources et écosystèmes semble devoir faire partie des priorités des territoires de montagne pour la décennie à venir.

Les investigations réalisées et solutions étudiées :

Afin de mieux appréhender les enjeux en question, deux entretiens ont été réalisés avec M. Francès de la direction Eau et Environnement du Département des Pyrénées-Orientales et Mme. Fort animatrice de l'Espace Valléen du Pays du Mont-Blanc, Ce faisant, deux solutions de mobilité mobilisées par des territoires de montagne ont été abordés :

- 1 - Le plan de régulation et le service de navettes du site des Bouillouses ;
- 2 - Les actions et projets de mobilité alternative à la voiture individuelle inscrits dans la stratégie Espace Valléen 2021- 2027 du Pays du Mont-Blanc.

7.2 a - Système de régulation de l'accès des véhicules au site des Bouillouses par la mise en place d'un service de navettes

Rappel des enjeux : à partir des années 80, les voitures individuelles accédant en période estivale dans l'aire du site protégé ont vu leur nombre augmenter sensiblement. La hausse des accès au site en voiture s'est traduite par des **pressions sur la biodiversité liées notamment à des situations de parking sauvage sur des aires naturelles protégés.**

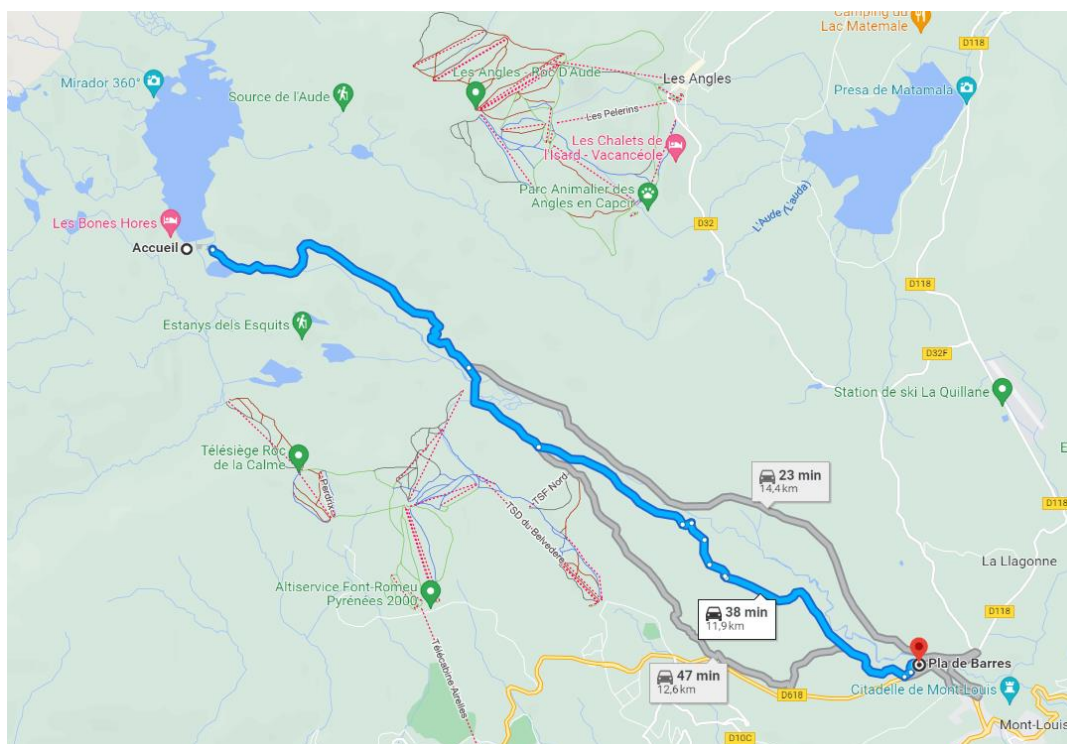
Présentation et illustration des composantes essentielles du projet : En 2000, le département des Pyrénées-Orientales a mis en place un **plan de régulation de l'accès au site des Bouillouses** afin de pallier les problèmes de sur fréquentation du site et notamment **les pressions issues de l'usage massif de la voiture individuelle** pour y accéder.



Ce plan s'est traduit par les actions suivantes¹ :

- La fermeture, en période estivale entre 7h et 19h, de la route départementale D60, seule voie d'accès au site, aux véhicules privés (arrêté départemental) ;
- La mise en place d'un service de navettes ;
- L'aménagement d'une aire de stationnement de 600 places, point de départ des navettes.

Le choix a été fait de situer l'aire de stationnement hors site classé, au Pla de Barrès, à 10,5 km du lac des Bouillouses. Néanmoins, le parking, situé sur un ancien centre de tir de l'armée, a été conçu en respectant les critères paysagers et architecturaux encadrant toute construction dans les sites classés. Ainsi, afin d'imperméabiliser le moins de sol possible, seulement un tiers du parking a été bétonné.



Le service de navettes a été développé en tenant compte des spécificités de la route et du territoire. Ainsi, la route étant étroite (3,5 mètres de largeur), un système de croisement a été mis au point afin de garantir un service constant et efficace. Par ailleurs, la concentration du dénivelée (400 mètres) sur une portion restreinte de la route a empêché le déploiement de navettes électriques, initialement envisagées.

En état de flux de visiteurs moyen, **5 véhicules de 50 places chacun sont déployés** pour assurer le service organisé de la manière suivante :

- De 7h à 9h et de 13h à 15h, une navette toutes les trente minutes ;
- De 9h à 13h et de 15h à 19h, une navette toutes les quinze minutes.

Un retour tardif est également assuré toutes les demi-heures de 19h à 20h30 pour la dernière descente.

En cas de flux plus importants, 2 autres véhicules de 29 places chacun sont déployés à partir de 16h. Le service peut arriver à déployer jusqu'à 8 navettes supplémentaires.

¹ D'autres actions en lien avec l'entretien et le balisage des sentiers ont été développées dans le cadre du plan de régulation.

Forfaits et plan de financement :

Le tarif standard (adulte) pour jouir du service (aller et retour) est de 6 €.

Des tarifs enfant ainsi que des forfaits familles sont prévus :

- Tarif enfant de 5 à 12 ans : 3 €
- Tarif enfant de 13 à 25 ans : 4 €
- Forfait famille 2 adultes + 2 enfants minimum entre 5 et 12 ans : 16 €

Les coûts du service s'élèvent à 400 000 € par an pour un des recettes à hauteur 350 000 € soit un déficit de 50 000 € par an (12%). Compte-tenu des bénéfices environnementaux associés à la mise en place de ce service le bilan est tout à fait positif d'autant que le niveau de déficit de ce type de projet est souvent plus important (bus et navettes) : en l'occurrence, **la nature continue (de 7h à 19h) et concentrée (période estivale) du service a permis de rentabiliser les frais engagés.**

Chiffres clés :

- Parking de 600 places ;
- 5 navettes de 50 places chacune + 8 navettes mobilisables en cas de très forte fréquentation ;
- Entre 900 et 1 200 personnes bénéficiant du service en moyenne par jour avec un plafond maximal de 1 600 personnes en période de très forte fréquentation ;
- Taux de remplissage moyen : entre 20 et 22 personnes (un demi-bus en moyenne) ;
- Sur une année, en période estivale, 70 000 des 120 000 visiteurs accèdent au site par le service de navettes, soit 60 % des visiteurs (moyenne constante sur les 10 dernières années).

Impacts et retours d'expérience

Bien qu'il n'y ait pas eu de suivi des volumes des voitures garées au sein du site classé avant la mise en place du plan de régulation de la circulation, il est évident que celui-ci a permis de **réduire sensiblement la présence de véhicules privés ainsi que les pressions associées sur les aires naturelles**. Par ailleurs, le service de navette a fini par servir de « jauge » pour les flux touristiques favorisant une stabilisation de la fréquentation de visiteurs sur les 15 dernières années : une fois que l'aire de stationnement, point de départ des navettes, est remplie, les visiteurs décident souvent de revenir le jour prochain.

Le service de navettes aurait également **favorisé l'activité des hébergeurs et des restaurants présents sur le site** en obligeant les visiteurs à se passer des équipements (grilles, barbecues, ...) pour cuisiner en autonomie. A cet égard, **certains restaurateurs auraient même demandé d'élargir la période du service en dehors de la période estivale**.

Quant aux émissions de gaz à effet de serre évitées, des estimations n'ont pas été réalisées. Néanmoins, au regard des performances encourageantes (taux de remplissage moyen de 20/22 personnes, 70 000 personnes bénéficiaires par an, 80 000 km en moyenne chaque année, ...), il est fort probable que le service de navettes a permis de d'économiser annuellement plusieurs tonnes d'émissions produites pour se rendre au site avant la mise en place du plan de régulation.

Enseignements à retenir et améliorations possibles du point de vue du maître d'ouvrage

Si les navettes électriques ne sont pas envisageables, le département des Pyrénées-Orientales réfléchit à la mise en place de navettes à hydrogène.

Au-delà des impacts et des retours d'expérience positifs évoqués, le service de navettes du site des Bouillouses présente deux grands avantages :

- **La régularité** : le service est facilement modulable en fonction du nombre de visiteurs par le déploiement de navettes supplémentaires. Ainsi, ce système permettrait de faire face à des périodes de fréquentation plus intenses sans pour autant nuire à la régularité du système : jusqu'à 8 navettes supplémentaires peuvent être mobilisées sans perturber les créneaux de départ préétablis.

- D'autre part, l'aire de stationnement permet de **fixer un plafond aux flux journaliers de visiteurs en évitant les phénomènes de sur fréquentation**. D'ailleurs, le département, en lien avec les souhaits exprimés par les hébergeurs et les restaurateurs du site, vise à rendre le parking de plus en plus contraignant et à réduire ainsi davantage la fréquentation en période estivale par l'aménagement d'un panneau d'information de la disponibilité des places.

7.2 b - Les actions du Pays du Mont-Blanc en faveur d'une mobilité plus intelligente et moins carbonée

Rappel des enjeux :

Au Pays du Mont-Blanc, **les enjeux de mobilités sont multiples et interconnectés** :

- Le mode de transport le plus utilisé sur le territoire est la voiture individuelle (90 % des visiteurs) pour des raisons pratiques liées au transport des bagages et de mobilité une fois sur place ;
- Les moyens de mobilité douce mis à disposition des résidents et des touristes ne permettent pas de circuler aisément entre les communes du Pays ;
- Une mobilité reposant principalement sur la voiture individuelle et l'encaissement de la vallée, traversée par un axe de transport international, font du Pays du Mont-Blanc un territoire exposé à des pics de pollution atmosphérique (PM2.5 et PM10). Celle-ci serait de nature à impacter la santé des résidents et des touristes avec des effets sur l'attractivité du territoire.

Ainsi, le Pays du Mont-Blanc, dans le cadre de sa stratégie Espace Valléen 2021 – 2027, entend **favoriser les mobilités alternatives à la voiture individuelle intra et inter-stations dans un objectif de réduction de l'empreinte écologique** par :

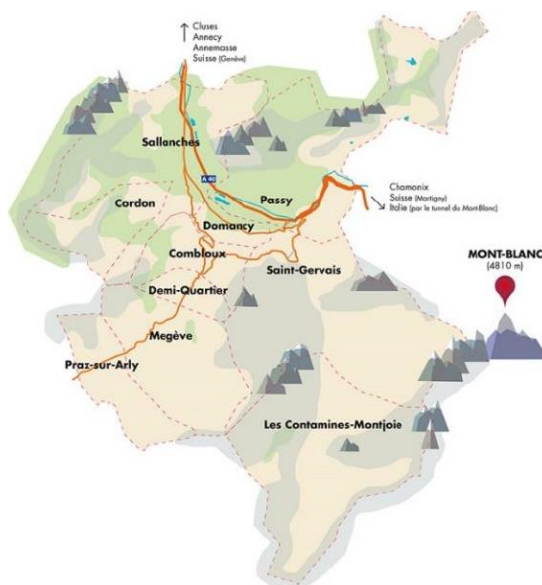
- Le renforcement de l'offre de transports en commun (co-voiturage, auto-stop organisé, développement du vélo et du vélo à assistance électrique) ;
- L'amélioration de l'information des voyageurs.

Présentation et illustration des actions soutenues dans le cadre de la stratégie Espace Valléen 2021 – 2027

Pour répondre à ces enjeux, au travers de sa nouvelle stratégie l'Espace Valléen du Pays du Mont Blanc, souhaite mettre en place une palette d'actions.

AMÉNAGEMENTS D'ESPACES INFORMATIFS DANS LES PÔLES INTERMODAUX (SALLANCHES ET SAINT-GERVAIS) ET CRÉATION D'UNE BILLETTE INTERMODALE

Les touristes qui arrivent en train sont souvent confrontés à des difficultés de renseignement sur les options de mobilité : les guichets de vente SNCF ne sont pas toujours ouverts et le personnel pas forcément formé pour



répondre aux questions sur les services de transports existants. De même, la présence sur le territoire de plusieurs opérateurs complexifie la recherche d'informations sur ces services par internet.

Ainsi, cette action vise **l'installation d'une billetterie intermodale et d'une borne d'information voyageur interactive dans le hall des deux pôles multimodaux du territoire**, Sallanches et Saint-Gervais-les-Bains.

Les bornes seront accessibles aux personnes à mobilité réduite (PMR) et permettront le renseignement des solutions de mobilité sur le territoire ainsi que l'information des événements touristiques.

Budget et plan de financement prévisionnels						
Dépenses	Nature des dépenses		Montant	HT	I	
	Prestation pour les bornes d'information		50 000	HT	I	
	TOTAL		50 000			
Recettes	Projet	Nature des recettes (dont autofinancement)	Montant	Taux intervention		
	Prestation pour les bornes d'information	Autofinancement	15 000	30%		
		Département (Espace Valléen)	10 000	20%		
		Convention Région (plafonné à 50%)	25 000	50%		
		TOTAL	50 000	100%		

EXPERIMENTATION D'UN SYSTEME D'AUTO-PARTAGE (TOURISTES ET HABITANTS) SUR LE TERRITOIRE SUR 3 STATIONS (SALLANCHES, PASSY ET ST-GERVAIS)

Bien que des plateformes de location de voitures existent sur le territoire, les frais liés à ce type de service sont souvent prohibitifs et de nature à encourager le recours à la voiture individuel.

Ainsi, cette action vise à **expérimenter une offre de déplacement du « dernier kilomètre » aux voyageurs arrivés en train, en bus ou en covoiturage**. Le système d'auto-partage sera à destination des touristes et des habitants et concernera les stations de Sallanches, Passy et Saint-Gervais.

Budget et plan de financement prévisionnels						
Dépenses	Nature des dépenses		Montant	HT / TTC	I/F	
	Installation de 3 stations d'autopartage		30 000	HT	I	
	TOTAL		30 000			
Recettes	Projet	Nature des recettes (dont autofinancement)	Montant	Taux intervention		
	Installation de 3 stations d'autopartage	Département (Espace Valléen)	6 000	20 %		
		Autofinancement	9 000	30 %		
		Région (convention, plafond à 50%)	15 000	50 %		
		TOTAL	30 000	100 %		

Cette action vise à **formaliser, sécuriser et développer une pratique déjà présente sur le territoire, l'autostop.**

Le projet de développement du Rezo Pouce consiste à

- Inscrire le Pays du Mont-Blanc sur l'application en ligne Rezo Pouce ;
- En promouvoir la connaissance et l'utilisation ;
- Aménager 20 arrêts d'autostop Rezo Pouce sur le territoire intercommunal.



La collectivité qui décide de s'inscrire à Rezo Pouce est accompagnée par les opérateurs de la plateforme dans la définition des arrêts afin qu'ils soient les plus pertinents en fonction des spécificités du territoire. Un échange en amont du partenariat vise également à cerner les attentes de la collectivité, ainsi que les enjeux auxquels le service doit répondre. Ensuite, une formation à destination d'un ou plusieurs référents territoriaux est assurée par l'équipe de l'application dans une perspective d'autonomisation dans l'utilisation de la plateforme et le développement du service.

Budget et plan de financement prévisionnels

Dépenses	Nature des dépenses	Montant	HT / TTC	I/F
		Abonnement à la plateforme Rézo Pouce	5 500	HT
	Côût de mise en place de la plateforme	7 500	HT	F
	Fonctionnement annuel (5 500 € x 6 ans)	33 000	HT	F
	Actions de communication (10 000 € x 6 ans)	60 000		F
	Création de 20 arrêts	20 000	HT	I
	TOTAL	126 000	HT	

Recettes	Nature des recettes (dont autofinancement)	Montant	Taux intervention
		Autofinancement	63 000
	AMI Mobilités	53 000	42 %
	Région (plafonné à 50% sur la création des arrêts)	10 000	8 %
	TOTAL	126 000	100 %

7.3 Benchmark – La gestion des conflits d’usages dans les massifs

Rappel du contexte et des enjeux : Au sein du Massif des Alpes, les dernières années ont été marquées par **une évolution de la typologie de visiteurs, accentuée dans le contexte de la crise sanitaire de la covid-19 en 2020 et 2021**. Ces nouveaux visiteurs sont le plus souvent issus des zones urbaines ou des vallées alpines situées à proximité. Ils viennent découvrir et arpenter les sites naturels principalement les week-ends ou pendant les périodes de vacances scolaires.

Cette nouvelle attractivité entraîne des phénomènes de **sur fréquentation, de conflits d’usages voire de points de « tension » vis-à-vis des résidents à l’année et des acteurs économiques locaux** (agriculture, sylviculture, pastoralisme, ...), du fait d’une méconnaissance des codes et usages de la montagne.

Certains de ces visiteurs peuvent également se mettre en danger en ayant des pratiques et comportements inadaptés (ex. équipements inappropriés pour une randonnée en montagne), ou susceptibles d’entraîner des nuisances pour la biodiversité locale (espèces animales et végétales).

Les acteurs du Massif alpin, devront, dans les années à venir, mieux appréhender ces nouvelles fréquentations du Massif en lien avec le développement du tourisme durable et de pleine nature, tout en assurant la préservation des milieux naturels.

Les investigations réalisées :

Afin de mieux appréhender ces enjeux et d’identifier des solutions / initiatives mises en œuvre pour répondre à ce phénomène émergent (développement d’un accueil adapté pour les nouvelles clientèles, communication et sensibilisation au respect de la montagne, actions de préservation de l’environnement, concertation avec les habitants, ...), trois entretiens ont été menés auprès de :

- **Ludivine DE ROBERT-VAILLAT** – Cheffe du service Événementiel – Sport APN, Communauté de Communes du Grand Pic Saint-Loup (C.C. GPSL), au sujet du **Plan de gestion Pic Saint-Loup / Hortus** (en cours de mise en œuvre)
- **Justine HONORE** – Service Aménagement du territoire, EV C.C. Serre-Ponçon, concernant les actions déployées autour du Lac de Serre Ponçon (**pilotage des flux touristiques, acceptabilité sociale du tourisme**, poste financé dans le cadre du **Plan Avenir Montagne Ingénierie**)
- **Elisabeth GALLIEN** – Directrice, PNR des Préalpes d’Azur, au sujet **des dispositifs « Ambassadeurs du Parc »** et de **« Communication engageante »**.

7.3 a - Le déploiement d'un plan de gestion du Pic Saint-Loup et de l'Hortus

Présentation du territoire et rappel des enjeux : Situé au nord de Montpellier, le Pic Saint-Loup et l'Hortus constituent un site de montagne, classé Natura 2000 au titre de la directive « habitat, faune, flore » et de la directive « oiseaux ». Localisé au sein de la Communauté de Communes du Grand Pic Saint-Loup et d'une altitude de 658 mètres, le Pic Saint-Loup est un territoire « prisé » par les visiteurs pour la pratique d'activités de pleine nature, notamment la randonnée pédestre, la course à pied (trail), l'escalade sur le versant nord du Pic Saint-Loup ou encore le vol à voile.



La fréquentation du site, en augmentation continue depuis 2018, peut dépasser les 1.000 visiteurs par jour, en fonction des périodes de l'année.



Les situations de tensions et des conflits d'usages : Ces activités sont susceptibles d'entraîner des situations de conflits d'usages, signalées régulièrement par les habitants, notamment des confrontations entre propriétaires privés et promeneurs (pénétration des propriétés privées bordant l'itinéraire) et des confrontations entre chasseurs et propriétaires privés. Par ailleurs, les riverains du village de Cazevielle Pic Saint-Loup se plaignent d'un stationnement de plus en plus « anarchique » des visiteurs malgré un parking de 80 places, mis à disposition des visiteurs à l'entrée de Cazevielle.

Au niveau du site de l'Hortus (sur la commune de Val Flauès), cette problématique est également rencontrée du fait de l'absence de délimitation d'une zone de stationnement, en dépit d'un afflux de visiteurs de plus en plus important (éco-compteurs, Outdoor Vision).

Présentation et illustration des composantes essentielles du projet : L'élaboration d'un plan de gestion Pic Saint-Loup – Hortus pour gérer la surfréquentation a été prévu au sein du Projet de territoire du Grand Pic Saint-Loup 2020-2026, adopté en conseil communautaire en octobre 2021. La C.C. Grand Pic Saint-Loup a œuvré à la mobilisation de toutes les parties prenantes¹.

Ce plan de gestion vise à **accompagner la dynamique de fréquentation, limiter les risques de tensions / conflits d'usages et favoriser un accueil satisfaisant au niveau de ces deux sites naturels**. Parmi les principaux axes de travail, les enjeux suivants ont été retenus : stationnement, mobilités, développement local, médiation et moyens humains mobilisés sur le terrain.

Dans la perspective de déployer des actions concrètes en 2023, une priorisation a été proposée :

- **Des actions de médiation / information**, en mobilisant des **services civiques pour sensibiliser et « éduquer » les visiteurs et les pratiquants aux codes et usages sur un site naturel** (chaussures adaptées, chiens en laisse, déchets à ramasser, éviter certaines périodes de la journée, prendre de l'eau, ...), mais aussi au travers d'**ateliers auprès des scolaires « Rando à l'école »** visant à faire passer des messages aux plus jeunes et aux futurs randonneurs pour qu'ils adoptent des comportements bienveillants en tant qu'usagers des sites naturels ;
- **Une campagne de communication et de veille**, sur les réseaux sociaux et physique auprès des offices de tourisme, des hébergeurs et des socio-professionnels des activités de pleine nature.

Axe prioritaire du plan de gestion, la médiation et l'information auprès des publics passera principalement par **la mise à disposition de nouveaux moyens humains avec la mobilisation de gardes-champêtres et le recrutement de 2 à 4 services civiques chaque année** pour accompagner la collectivité dans cette action de médiation/information sur le terrain, avec pour objectif d'assurer l'accueil du public dans de bonnes conditions et le respect d'un environnement fragile (préservation de la biodiversité, prévention du risque incendie).

En parallèle, une veille numérique est prévue pour **recenser les sites internet dédiés à la pratique de la randonnée et identifier notamment les randonnées non-conventionnées qui peuvent y être proposées** et qui sont susceptibles de conduire des pratiquants sur des propriétés privées, des lieux où ils peuvent se mettre en danger ou mettre en péril la biodiversité. Lorsqu'ils identifieront des itinéraires non-officiels, il s'agira de rentrer en contact avec les modérateurs de sites internet concernés pour étudier la pertinence de maintenir ou supprimer ces itinéraires.

Au-delà des sites web, **le Grand Pic Saint-Loup souhaite opérer une veille sur les réseaux sociaux** (ex. groupes Facebook « Randonnée à Montpellier », « Randonnée au Pic Saint-Loup ») **pour prévenir et lutter contre des pratiques inadaptées sur le secteur Pic Saint-Loup / Hortus**.

En outre, des réflexions sont portées sur les mobilités vers les deux sites naturels. L'intercommunalité souhaiterait **mettre en place une navette**, avec des parkings relais qui pourraient être créés dans les bourgs/villages à proximité du massif : Saint-Mathieu-de-Trévières, Saint-Martin de Londres, Cazevieille.

¹ Elus, propriétaires privés, communauté de chasse, viticulteurs, professionnels des activités sportives de pleine nature. Le Service Événementiel – Sport APN a également travaillé en transversalité avec d'autres services et acteurs publics : Hérault Tourisme, service Biodiversité du Département de l'Hérault (34), DDTM, DREAL, ...

Un acheminement pourrait être prévu depuis les parking-relais. Un tour du Pic Saint-Loup pourrait également voir le jour, à vocation de découverte patrimoniale et touristique. Enfin, rendre les parkings payants existants est une piste évoquée – complémentaire aux navettes – pour permettre de limiter le nombre de véhicules individuels sur site, ainsi que le stationnement « sauvage ».

Estimation des résultats et impacts attendus : La phase de déploiement du plan de gestion Pic Saint-Loup / Hortus étant à venir, les résultats / impacts des actions prévues ne peuvent être mis en exergue à ce stade. A l'issue de la saison estivale 2023, il sera intéressant de rendre compte dans quelle mesure les actions du plan de gestion ont porté leurs fruits. Des effets sont attendus en termes de **gestion des flux touristiques** et de **résorption / prévention des conflits d'usages**. *In fine*, les objectifs consistent à 1/ réguler la fréquentation en informant / sensibilisant les usagers, en leur proposant de se déplacer sur le Pic Saint-Loup et l'Hortus sur des périodes moins fréquentées, mais aussi à 2/ favoriser la pratique de la randonnée sur des itinéraires balisés et limiter les points de tension / crispations entre les différents usagers du massif. Un suivi de la fréquentation à l'appui d'éco-compteurs et de la plateforme *Outdoor Vision* sera réalisé par la collectivité. Au travers de ses actions, la C.C. Grand Pic Saint-Loup espère observer une baisse des situations de « tension » / « conflits d'usages » entre les habitants, les chasseurs, les activités agricoles et les touristes / excursionnistes.

7.3 b - Les actions de la Communauté de communes de Serre-Ponçon pour répondre aux enjeux de surfréquentation et prévenir les conflits d'usages

Rappel du contexte territorial et des enjeux :

Dans le contexte d'un attrait de plus en plus fort pour le tourisme de nature, l'attractivité grandissante de son territoire conduit la C.C. Serre-Ponçon à **s'interroger sur les différents usages du lac, afin de prévenir des points de tension entre usagers, notamment :**

- Des « tensions » entre résidents à l'année, résidents secondaires et touristes (notamment concernant l'accès au logement pour les résidents à l'année, rendu de plus en plus difficile au vu de l'augmentation des prix des loyers et du foncier, en conséquence de la mise en tourisme du territoire) ;
- Des conflits d'usages potentiels sur le plan d'eau entre les baigneurs, les pratiquants de la voile, du kite-surf, de la planche à vélo et les usagers de bateaux à moteur dédiés à la plaisance et à la pratique du wakeboard et du ski nautique ;
- Des « crispations » liées à une zone fréquentée par des véhicules de type « 4x4 » en zone de montagne ;
- Des nuisances liées à un tracé très fréquenté par les motards entre Savines-le-Lac et Le Sauze-du-Lac ;
- Des enjeux plus globaux de mobilités avec l'engorgement de certains axes, notamment lié au passage d'un axe principal de déplacement à l'échelle du Département des Hautes-Alpes au sein du périmètre géographique de l'intercommunalité.

Présentation d'actions déployées par le territoire Espace Valléen C.C. Serre-Ponçon :

Pour répondre à ces enjeux, la C.C. Serre-Ponçon a envisagé trois projets/initiatives sur cette thématique :

DÉPLOIEMENT D'UNE OPÉRATION DE RECUEIL DE DONNÉES POUR AMÉLIORER LE PILOTAGE DES FLUX TOURISTIQUES

Ce projet s'inscrit dans le cadre de l'appel à projets « Sites touristiques exemplaires » et du volet 2 « Expérimentation de solutions technologiques pour le pilotage des flux » de la Région Sud – Provence-Alpes-Côte d'Azur. Il répond au constat d'un manque de données sur les flux touristiques à l'échelle du territoire de Serre-Ponçon, à l'exception de données fournies par Flux Vision Tourisme. Différents besoins ont été mis en évidence par les acteurs en charge du pilotage des flux touristiques : 1/ la prévention des effets négatifs d'une surfréquentation des sites naturels sensibles, 2/ l'analyse des flux pour proposer des solutions de mobilités alternatives et anticiper les problématiques de stationnement et de circulation, 3/ une meilleure répartition de la fréquentation sur le territoire pour développer toutes ses potentialités et faire bénéficier plus largement le territoire des retombées économiques liées au tourisme, 4/ l'adaptation des services publics aux flux touristiques (gestion des déchets, eau potable, assainissement, voirie).

Ainsi, la C.C. Serre-Ponçon et son office de tourisme intercommunal souhaitent à l'issue du projet disposer d'une méthodologie intégrée de pilotage des flux touristiques, en bénéficiant d'un accompagnement pour identifier dans un premier temps les solutions à disposition, puis déterminer lesquelles seraient les mieux adaptées eu égard aux spécificités et besoins du territoire. Cet accompagnement vise donc à définir : les données pertinentes à collecter pour atteindre les objectifs, les solutions de captage des données existantes, les solutions d'analyse des données, les coûts de ces solutions en investissement et en fonctionnement.

Si le coût et le phasage des investissements n'ont pas encore été calibrés, le pilotage des flux touristiques a vocation à améliorer l'accueil des visiteurs sur le territoire et l'expérience client et à mieux concilier fréquentation touristique et respect de l'environnement du territoire.

Ainsi, des premières solutions peuvent être identifiées :

- La mise en place de solutions alternatives efficaces et adaptées aux besoins des touristes et des résidents (voies vertes, navettes, ...) ;
- La préservation des sites naturels en orientant les visiteurs vers d'autres sites de visite en cas de surfréquentation.

RÉPONSE À L'APPEL À CANDIDATURES « ACCEPTABILITÉ SOCIALE DU TOURISME » DE CIPRA FRANCE

L'EV C.C. Serre-Ponçon envisage de s'investir plus fortement sur la question de l'acceptabilité sociale du tourisme, en lien avec l'appel à candidatures de CIPRA France dans le cadre de la politique de Massif alpin.

Sollicitant un financement au titre du programme régional FEDER-FSE+ 2021-2027, le projet de CIPRA France vise à accompagner les territoires (espaces valléens, communauté de communes, communes, parcs) concernés par une situation de surfréquentation touristique et sur lesquels des conflits sont susceptibles d'émerger entre les différents acteurs.

Dans le cadre du projet, CIPRA souhaite proposer aux territoires retenus :

- **Un accompagnement financier sur la période 2023-2025 ;**
- **Une animation entre les territoires engagés pour un partage de solutions mutualisées et thématiques** (groupes d'échanges, partage de bonnes pratiques, visites de terrain, ...);
- **Un voyage d'étude dans les Alpes** pour s'inspirer des initiatives existantes à l'échelle trans-alpine ;
- **Une valorisation de la démarche territoriale** à l'échelle alpine, nationale et européenne.

La C.C. Serre-Ponçon souhaite étudier comment sa population perçoit la fréquentation touristique et identifier les moyens à disposition pour susciter une plus forte adhésion des habitants au projet de développement du territoire dans une logique de concertation. Pour ce faire, l'EV Serre-Ponçon travaille autour de plusieurs axes : 1/ la comparaison avec d'autres territoires pour mettre en lien les perceptions avec la réalité pratique, 2/ l'identification de solutions face aux conflits d'usages éventuels, 3/ la mise en évidence du poids de l'économie touristique, représentant environ 70% des emplois du territoire.

LE FINANCEMENT D'UN POSTE DANS LE CADRE DU PLAN AVENIR MONTAGNE INGÉNIERIE

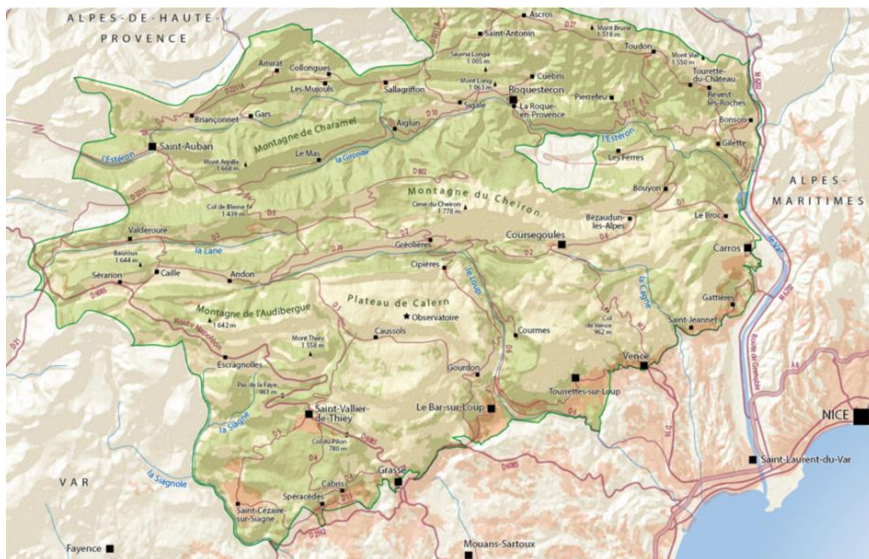
Enfin, **un poste d'agent à la communauté de communes a été financé dans le cadre du Plan Avenir Montagne Ingénierie**. Son champ d'intervention concerne principalement **les conflits autour de la ressource en eau** (agriculture, production électrique, activités nautiques et touristiques) et **le développement des mobilités douces, avec une réflexion portée sur une stratégie d'investissement en lien avec le développement des pratiques cyclables**.

7.3 c - Le dispositif « Ambassadeurs du Parc » et le dispositif de « communication engageante » du PNR des Préalpes d'Azur

Rappel du contexte et des enjeux du territoire :

Le PNR des Préalpes d'Azur constitue l'un des principaux espaces consacrés au pastoralisme dans les Alpes Maritimes. Pour les habitants de la Métropole de Nice et des alentours, il émerge comme un lieu privilégié, se présentant comme un espace de respiration et de loisirs pour la pratique d'activités de pleine nature.

Une évolution quantitative et qualitative (présence de nouveaux publics moins avertis) de la



fréquentation touristique sur les week-ends et les périodes de vacances scolaires a été observée essentiellement au sud de la Montagne du Cheiron et en aval de l'Estéron (Gillette, Le Broc), notamment lors des déconfinements des années 2020 et 2021, avant le retour à une fréquentation d'« avant-covid » en 2022.

Le constat d'une recrudescence des situations de conflits d'usages :

Différents types de conflits d'usages ont pu être mis en exergue :

- Des conflits entre les usagers de la baignade et les propriétaires riverains (gorges, rivières) ;
- Des tensions entre l'activité pastorale (présence de troupeaux) et les activités de randonnée (à pied, à cheval ou en VTT) ;
- Des tensions liées aux activités de bivouacs (feux de camps, ...) ;
- Des conflits d'usages entre les chasseurs, les randonneurs et les pratiquants de VTT ;
- Des situations de conflits d'usages en lien avec la circulation motorisée dans les milieux naturels (quads, motos trial, ...).

Des initiatives déployées pour répondre aux conflits d'usages :

Dans ce contexte, le PNR des Préalpes d'Azur a déployé des actions visant à prévenir et limiter la problématique des conflits d'usages sur son territoire.

LE DISPOSITIF AMBASSADEURS DU PARC

Créé en 2011, le dispositif « Ambassadeurs du Parc » est cofinancé dans le cadre du programme Espace Valléen depuis 2016. Des agents du Parc sont mobilisés pour mener différentes missions sur le terrain : sensibilisation sur les sites fréquentés et à enjeux, suivi et comptage de la fréquentation sur les sites à enjeux du Parc, rencontres avec les professionnels et les habitants, formation-animation dans le cadre d'événements, éco-veille et récolte de données naturalistes tout au long de l'année (cf. étude de cas).

Chaque année, deux agents à minima sont recrutés par le PNR pour sensibiliser les publics à la fragilité des patrimoines naturels et aux bons gestes et leur expliquer les interdictions en vigueur. Les ambassadeurs se déplacent également sur le terrain la veille de campagnes de verbalisation pour informer, faire état du risque de verbalisation en fonction de certains comportements à risques ou interdits et rappeler les règles à respecter aux usagers.

UN DISPOSITIF INNOVANT, LA « COMMUNICATION ENGAGEANTE »

En continuité avec son action globale en faveur de l'amélioration des flux de fréquentation dans les espaces naturels sensibles, le Parc a envisagé la mise en place d'un dispositif innovant de communication engageante, voué à encourager les visiteurs à devenir acteur du territoire et à impulser et accompagner des actions de préservation et de partage de l'espace.

Deux constats ont guidé cette approche (cf. site web du PNR) :

- L'apport d'informations, même à répétition, ne suffit pas à déclencher les changements de comportement,
- Les médias et réseaux sociaux incitent à découvrir des lieux fragiles, sans rappel des règles de respect de ces sites.

Suite à un accompagnement en 2020 et 2021 par le CPIE des Îles de Lérins pour la mise en place du dispositif, le plan de communication « Préalpes d'Azur - J'aime, j'en prends soin » a été développé et décliné en 15 affiches diffusées sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram), auprès des offices de tourisme locaux, auprès des communes du Parc (en intégrant les affiches dans leurs newsletters, sur leur site internet ou gazette) ou encore auprès de médias locaux (Nice-Matin) ou en développant des partenariats avec des sites web (Kidiklik, Récréance).



Au travers de ces affiches, le PNR Préalpes d'Azur souhaite **promouvoir des gestes simples à travers des messages positifs en lien direct avec des conflits d'usages observés sur le territoire**. Ces messages se sont structurés en lien avec **le partage de l'espace** lié aux divers conflits d'usages et **la préservation de l'environnement** face aux dégradations et autres atteintes à la biodiversité, au patrimoine et aux habitants.

Une grande diversité de thèmes est traitée dans le cadre de cette communication : risque incendie et bivouac, pastoralisme et chiens de protection, déchets, biodiversité, circulation et stationnement, chasse, ...

Au-delà des affiches, les Ambassadeurs du Parc ont recours aux messages de communication engageante lors de leurs tournées de sensibilisation. Enfin, le PNR a envisagé plus récemment la mise au point d'un jeu visant à sensibiliser les publics aux bons comportements et à la préservation de l'environnement de manière ludique.

7.3 d - Enseignements transversaux du benchmark

A retenir :

- **La surfréquentation renvoie à des effets de « perceptions » complexes à appréhender** et qui ne peut être saisi par le simple prisme d'un volume brut de visiteurs à l'échelle d'un site touristique. Dans ce contexte, les conflits d'usages doivent être appréhendés au cas par cas, au regard des spécificités du territoire. A titre d'exemple, Un site naturel de petite taille peut être confronté à des situations de tension, en dépit d'une fréquentation moins importante que sur un site voisin plus en capacité d'« absorber » cette fréquentation.
- **Un suivi régulier de l'évolution de la fréquentation des massifs devrait permettre de mieux piloter les flux touristiques, et ainsi d'améliorer l'accueil des visiteurs et de mieux concilier les différents usages** (tourisme, activités agricoles, ...).
- **Différentes solutions / initiatives peuvent être mobilisées pour prévenir les conflits d'usages :**
 - o Etablir un plan de gestion des sites naturels sensibles (ex. Pic Saint-Loup)
 - o Mettre en place des actions de médiation / information sur le terrain auprès des visiteurs (ex. dispositif « Ambassadeurs du Parc » PNR Préalpes d'Azur, mobilisation de services civiques par la C.C. Grand Pic Saint-Loup)
 - o Réaliser une veille numérique sur les réseaux sociaux, auprès des médias locaux et sur les sites web dédiés aux activités de pleine nature pour prévenir et lutter contre des pratiques « à risques » ou pouvant susciter des nuisances pour la biodiversité et/ou les habitants
 - o Développer une communication ambitieuse pour faire évoluer les comportements des usagers dans les milieux naturels (ex. Communication « engageante » PNR Préalpes d'Azur)
 - o Travailler à l'acceptabilité sociale du tourisme au travers d'une concertation auprès des habitants et des acteurs économiques des territoires de massif (ex. projet CIPRA France)

7.4 Benchmark – Notoriété, lisibilité, visibilité et transition du tourisme

Rappel du contexte et des enjeux : Animés par des problématiques de notoriété et d'attractivité, les territoires touristiques veulent être identifiables, se distinguer et être attractifs. Cette recherche de notoriété associée à une image unique et valorisante, peut concrètement se travailler à travers la construction et le développement d'une marque de destination.

Une telle marque découle des choix stratégiques du ou des territoires concernés. Ainsi, la réussite de la marque dépendra-t-elle fortement du **choix de positionnement : crédible, attractif, distinctif et durable.**

En travaillant sur une marque, les territoires doivent :

- S'interroger sur leurs spécificités, leur ADN
- Identifier ce qu'ils partagent avec d'autres, et qui les rend plus forts, plus riches (thématique, itinéraires...)
- Comprendre les attentes des clientèles qu'ils souhaitent accueillir
- Connaître parfaitement leurs prestataires, hébergeurs, restaurateurs, ...

Comme en témoigne la marque Montagne du Jura, ce travail collectif de création et de déploiement d'une marque de destination est long et onéreux mais riche dans les réflexions qu'il génère et la mise en synergie des acteurs.

Mais, les stratégies de communication touristique à l'échelle d'une destination sont-elles réellement un facteur de choix décisif lorsqu'un touriste programme ses vacances ?

Selon les résultats d'une étude présentée en 2021 lors du congrès de l'Association Nationale des Elus des Territoires Touristiques (Anett), 60% des Français qui partiront en vacances mettront davantage l'accent sur l'hébergement plutôt que sur la destination.

Doit-on dès lors considérer qu'il est plus pertinent de concentrer les efforts sur l'accompagnement des prestataires touristiques, sur la création d'une offre différenciée, sur des programmes de réhabilitation, sur la professionnalisation des hébergeurs et sur la mise en valeur de l'offre d'hébergement que sur la valorisation de la destination touristique ?

Le tourisme est une activité économique complexe. Les clientèles disposent de 2 « portes » pour accéder au territoire :

- L'entrée par la destination
- L'entrée par l'offre touristique, dont l'hébergement

En tourisme, l'éventail est large et l'on peut observer certains restaurateurs qui, situés en cœur de zone touristique, seront fréquentés indépendamment de la qualité de leur offre et de leur accueil. Inversement, des restaurateurs, situés hors zone touristique connaissent une forte fréquentation grâce à la qualité de leur offre, c'est le cas des tables étoilées dont l'offre est perçue comme unique car indissociable du nom de leur chef.

Travailler son image de marque n'est pas forcément une démarche exclusive. De nombreux territoires travaillent aussi sur l'accompagnement des professionnels comme en témoigne des initiatives comme **Cévennes écotourisme ou Mercantour écotourisme.**

Le massif alpin connaît déjà une forte notoriété et dispose d'une image attractive. Ceci est notamment le fruit de décennies de communication des grandes stations alpines. Mais aujourd'hui, au regard des enjeux de la transition du tourisme et de la diversité des territoires qui composent ce massif :

- Comment associer le massif alpin à une image de tourisme respectueux de son environnement ?

- Comment profiter de la notoriété du massif pour mieux valoriser les vallées ?
- Comment faire de l'engagement dans la transition du tourisme une plus-value en termes d'image et de notoriété ?
- En quoi la communication peut-elle participer à la transition du tourisme ?

7.4 a - Marque collective Montagnes du Jura

Rappel des enjeux :

Pour accroître la notoriété, la lisibilité et les retombées économiques sur le territoire du massif du Jura, un collectif constitué des 3 départements de l'Ain, du Doubs et du Jura, des 2 régions, Rhône-Alpes et Franche-Comté et du Commissariat à l'Aménagement du Massif jurassien, a décidé de coconstruire la marque collective Montagnes du Jura

Présentation et illustration des composantes essentielles du projet :

C'est en réaction aux études de notoriété qui plaçaient le Jura en 4^{ème} position après les Alpes, les Pyrénées et les Vosges, mais devant le Massif Central, que le projet de marque collective est né pour le Jura.

Le collectif qui s'est créé autour de la marque a permis aux territoires de s'affranchir de leurs découpages administratifs. Depuis 2016, 16 offices de tourisme sont devenus partenaires.

L'enjeu historique de la marque :

Poursuivre le développement de l'image et la notoriété de la marque



Les orientations stratégiques :

- Développer une **offre durable** toute l'année
- Incarner le positionnement « **ensemble, faisons de petites et grandes explorations** »
- Intensifier les actions sur les **marchés internationaux**
- Accroître les **retombées économiques sur l'ensemble de la destination**
- Assurer la dynamique collective de **l'ensemble des acteurs de la destination**

Créée en 2003, la marque Montagne du Jura s'affranchit des découpages administratifs, pour promouvoir l'image du massif dans sa globalité autour de ses principales particularités :

- Authenticité,
- Grands espaces,
- Découverte,
- Nature intacte,
- Pays d'hommes et de tradition.

Depuis sa création, 4 plans marketing se sont succédés, dont celui de 2007-2013 qui visait 3 objectifs :

- Conquête de nouvelles cibles touristiques : le choix s'est porté sur l'Ile de France et Bruxelles.
- Développement de la notoriété
- Commercialiser l'offre et notamment voir le nombre de nuitées augmenter.

Le plan marketing 2014 – 2020 était davantage tourné vers le client avec des cibles affinitaires et de nouvelles cibles.

Enfin, suite à la crise sanitaire et aux confinements, la signature de la marque a évolué de « L'autre versant de la montagne » à « Tout un monde dehors ». Ce choix découle entre autres de la détermination des cibles de clientèles : plus locales, infra régionales et régions limitrophes et Ile-de-France.



Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS

Les prises de parole sur les mass média ont surtout permis de développer la fierté et le sentiment d'appartenance des habitants, l'impact en termes de fréquentation touristique reste assez faible.

Plan de financement (coût des différentes composantes du projet), **budget de fonctionnement et recettes :**

La mutualisation des moyens au service d'un plan d'action unique et partagé

« La mutualisation de moyens budgétaires au service d'une stratégie et d'un plan d'action unique et partagé permet en effet d'engager des actions fortes dans une catégorie concurrentielle où l'on n'aurait jamais pu envisager de se battre seul. »

Un budget 100% dédié à l'action de 930 000 €

80% : communication et promotion on-line et off-line

Les ressources humaines sont totalement prises en charge par le CRT de Bourgogne Franche Comté.

Chiffres clés :

Bilan 2022 :

20 millions de nuitées dont 60% au printemps / été et 40% en hiver

70% des clientèles cibles sont françaises et de proximité

30% des clientèles cibles sont européennes et de proximité

Depuis janvier 2022 :

890 000 sessions sur le site internet = + 59% par rapport à 2021

1.7 million de pages vues

22.9 millions de vues mensuelles sur Pinterest = + 1 536%

1.6 million de téléspectateurs sur l'Equipe (931 spots)

2023 : les 20 ans de la marque Montagnes du Jura

Estimation des impacts (objectif de valoriser la plus-value pour inciter à la reproduction) :

Pour en apprécier les effets, la création d'une marque exige un temps important, surtout si l'on a des moyens limités. Cependant, les études de notoriété ont permis de révéler que le massif du Jura a :

- Gagné une place dans le classement en devenant 3^{ème} exæquo avec les Vosges dans le cadre de l'étude de notoriété des massifs français
- Rajeuni son image auprès des publics

Depuis Covid, en lien ou pas avec les effets de la marque, la destination est devenue « tendance », les habitants, les visiteurs de proximité et les Franciliens semblent redécouvrir les montagnes du jura : les clientèles de proximité viennent plus souvent, avec même parfois des phénomènes de sur-fréquentation ponctuels. Actuellement, le massif a retrouvé ses niveaux de fréquentation de 2019.

Enseignements à retenir et améliorations possibles du point de vue du maître d'ouvrage :

Pour continuer à progresser il est important de :

- Mieux suivre les KPI (Key Performance Indicator) tels que la notoriété assistée, le souvenir de contact, la considération de marque ou qualité perçue, l'intention d'achat
- Développer des actions auprès des habitants.

La prise en compte du changement climatique doit aussi faire l'objet d'une réflexion spécifique à laquelle la marque collective peut être associée :

- La fin du ski alpin et nordique sur une partie du massif du Jura est inéluctable, or, les modèles économiques ne sont pas encore inventés pour changer les pratiques.
- La saison estivale va confronter le massif à la sécheresse et aux enjeux de qualité de l'eau.
- La nécessité de travailler sur une offre 4 saisons est certaine, avec de nouvelles problématiques à prendre en compte qui viennent fragiliser l'économie du tourisme.
- L'offre de loisirs doit être restructurée, ce qui nécessite des investissements, et revalorisée collectivement, notamment par la marque.
- Les nouveaux comportements des clientèles invitent à repenser certains volets de la communication : *« Il y a un volet éducation des habitants à la préservation de leurs patrimoines naturels, à distinguer de la communication pour les clientèles en séjour, qui n'ont pas la connaissance des milieux, et qu'il faut accompagner, guider et rassurer dans sa découverte du massif »*

La principale préoccupation des acteurs du massif est de **préserver la qualité environnementale des territoires qui est le socle de son attractivité globale** : attirer de nouveaux habitants, des entreprises, des investisseurs et des touristes.

Aussi, même si cela n'est pas à l'étude actuellement, il est possible que la marque Montagnes du Jura **poursuive son évolution en intégrant à termes des critères environnementaux** afin de pouvoir tenir la promesse d'un milieu et de paysages préservés. Aujourd'hui les objectifs de la marque ne sont pas de qualifier l'offre mais toujours de lui offrir plus de visibilité, de notoriété et de lisibilité. Elle n'est donc pas prête à faire une sélection entre les territoires en ayant des exigences spécifiques, son objectif reste de couvrir l'ensemble massif du Jura.

A retenir :

- > **Le contexte à l'origine de la création de la marque Montagnes du Jura est très différent de celui du massif alpin** : dans le Jura, il n'y avait pas de stations avec des moyens financiers suffisants pour lancer une marque. Alors que certaines stations alpines ont plus de budget communication que le dispositif Montagne du Jura
- > La marque collective a permis de **dépasser les limites administratives des territoires pour travailler collectivement au service de la destination**
- > La marque permet aux acteurs de se retrouver autour **d'enjeux communs, d'un positionnement coconstruit et d'un plan d'action marketing partagé**
- > La marque collective communique notamment sur une nature préservée et des paysages remarquables, les gestionnaires de la marque sont conscients des enjeux de la transition touristique **mais à ce jour, la marque n'offre aucune garantie quant aux engagements des acteurs publics et privés qui bénéficient de son image**

Rappel des enjeux :

Depuis leurs créations, les Parcs nationaux soutiennent le développement d'un tourisme durable sur leurs territoires et se sont dotés de 2 outils pour accompagner les prestataires touristiques de leurs territoires dans la transition du tourisme : la Marque Esprit parc National et la démarche de progrès de la Charte Européenne du Tourisme Durable (CETD) qui permet d'adhérer aux associations de prestataires comme Cévennes écotourisme et Mercantour écotourisme.

Retour et illustration à l'appui de cas pratiques :

La CETD engage les prestataires touristiques à être toujours plus exigeants dans le développement de pratiques durables. Elle a ainsi pour objectif de développer et partager l'écotourisme sur le territoire du Parc. Le Parc s'appuie sur l'association de professionnels pour animer et faire vivre l'engagement des professionnels du tourisme à la CETD. La mission principale de ces associations d'écotourisme est d'accompagner leurs membres vers la signature de la Charte Européenne du Tourisme Durable en Espaces Protégés et la Marque Esprit Parc. Actuellement, l'association Cévennes écotourisme, créée en 2001, rassemble un réseau d'une centaine de femmes et d'hommes engagés, acteurs du tourisme et de leur territoire. L'ensemble de leurs offres est valorisé à travers notamment :

- Un site internet : <https://www.cevennes-ecotourisme.com/>
- Une page Facebook : <https://www.facebook.com/cevennesecotourisme/>
- Une page Instagram : https://www.instagram.com/cevennes_ecotourisme/?hl=fr

L'association Mercantour écotourisme valorise ses membres et leurs engagements à travers notamment :

- Un site internet : <https://www.mercantourecotourisme.eu/fr>
- Une page Facebook : <https://www.facebook.com/MercantourEcotourisme/>
- Une page Instagram : <https://www.instagram.com/mercantour.ecotourisme/>



Ces outils de communication sont complémentaires des actions portées par les Parcs nationaux.

Ils participent directement à la crédibilisation du positionnement « durable » de la destination Parc en valorisant des engagements individuels et des actions concrètes.

Ces associations d'écotourisme assurent la promotion de leurs membres et la commercialisation de leurs offres.

De plus, ils permettent une liberté de ton comme en témoigne notamment le film promotionnel et le site internet de Cévennes Ecotourisme :



C'EST QUOI L'ÉCOTOURISME ?

libre & engagé

LES CÉVENNES

sauvages & conviviales

DES DÉCOUVERTES

secrètes & incontournables

Synthèse / conclusions :

Les Parcs en général, et les nationaux en particulier, sont des territoires qui font « destination » : Les Cévennes, le Mercantour, Les Ecrins, Le Vercors... de plus, ils profitent d'un capital symbolique fort en tant qu'espace préservé et remarquable.

Les démarches d'accompagnement des prestataires touristiques vers la Marque Esprit Parc ou la CETD répond en premier lieu aux engagements du Parc, mais cela participe aussi au **renforcement de leur positionnement naturel**. La mise en cohérence des valeurs du Parc avec celles de certains des prestataires du territoire permet aussi au Parc, en tant que destination touristique, de tenir sa promesse auprès de ses clientèles.

A retenir :

- > L'image du territoire ou de la destination doit « faire sens » avec l'offre des prestataires touristiques pour être crédible
- > Les démarches initiées par les Parcs nationaux mettent en lumière l'intérêt de mettre en réseau des prestataires engagés sur des valeurs communes : présence sur les réseaux sociaux, ambassadeurs du territoire, promotion et commercialisation des offres...

7.4 c - Marques et labels de destinations au service de la transition du tourisme

Rappel des enjeux :

Face aux crises climatiques, sanitaires et économiques, les territoires de montagne sont contraints de se réinventer pour rester des territoires attractifs, aussi bien pour les habitants, les entreprises, les investisseurs et les touristes. Le modèle économique actuel des stations de ski génère encore 20 milliards d'euros par an, dont 10,5 milliards pour les stations, et crée 18 000 emplois directs et indirects, et 120 000 autres emplois liés à l'ouverture du domaine skiable. Dans ce contexte, comment encourager la construction d'un nouveau modèle de tourisme de montagne plus diffus, plus doux, désaisonnalisé et durable mais difficile à modéliser économiquement ?

Retour et illustration à l'appui de cas pratiques :

A l'échelle du massif, les stations de ski ont toujours été à la pointe : niveau de fréquentation, chiffres d'affaires généré, innovations techniques et technologiques, image de marque et de positionnement, attractivité ...

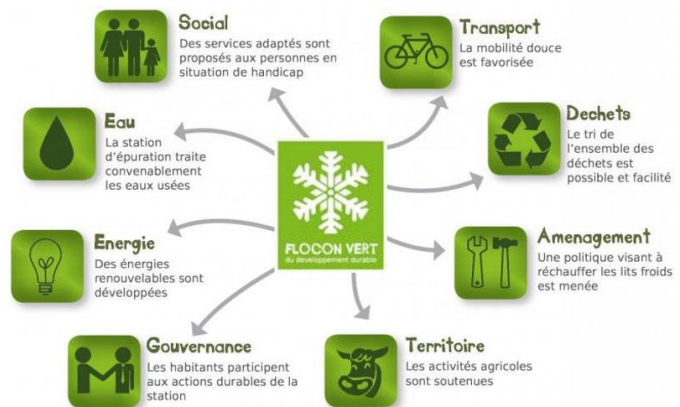
Aujourd'hui, et plus encore que les vallées, ces stations ont besoin de se réinventer pour assurer leur longévité. Elles doivent poursuivre la diversification de leur offre, s'ouvrir vers les vallées et s'engager dans la préservation de l'environnement pour être en mesure de faire évoluer leur modèle, leur positionnement et leur marque.

Les labels sont des outils de management et de développement des territoires. Ils offrent un cadre et une méthode pour amorcer la démarche, s'améliorer et in fine atteindre un niveau mesurable permettant l'obtention de la reconnaissance. Ce sont des outils d'aide à l'action et au diagnostic territorialisé.

Pour les stations de ski, le label **Flocon vert**, créé en 2013 par l'association Mountain riders, est à la fois :

- Une reconnaissance attribuée aux stations
- Une démarche d'accompagnement dans leur amélioration continue sur les trois piliers du développement durable.

Ce label permet d'informer et d'influencer les clientèles dans leur choix de destination de montagne, et participe à l'amélioration continue des stations de ski. Les 2 premières stations labellisées en France furent la Vallée de Chamonix Mont-Blanc et Les Rousses. Depuis, Megève, Valberg, Chamrousse, Châtel, Les Arcs et La-Pierre-Saint-Martin ont aussi été labellisées. Dix autres stations seraient actuellement en cours de labellisation.



Il n'existe pas d'autres labels comparables pour les stations de ski.

Cependant, de nombreuses autres démarches, non spécifiques aux stations participent à la transition dans ses dimensions environnementale, sociale et parfois même économique, comme par exemple :



Synthèse / conclusions :

Le Programme Opérationnel Interrégional du Massif Alpin accompagne les Espaces Valléens dans leurs projets de protection et de valorisation de leurs ressources pour un développement durable, notamment en favorisant la découverte touristique des patrimoines naturels et culturels du massif hors de la saison hivernale. Ainsi, les Espaces Valléens se sont engagés dans des projets vertueux qui participent à la transition du tourisme.

Or, la grande notoriété du massif reste en grande partie le fruit des stratégies marketing ciblées des grandes stations de ski, les mêmes qui travaillent leurs engagements via notamment le label Flocon vert. Les autres territoires alpins restent encore trop confidentiels, ils ne profitent pas pleinement de ce rayonnement.

A retenir :

- > La transition du tourisme exige que les territoires de montagne s'engagent sincèrement, concrètement et avec méthode dans des stratégies visant à réinventer un modèle touristique plus durable
- > Les marques et labels sont des outils utiles pour passer à l'action et s'engager dans une démarche d'amélioration continue
- > Le massif alpin n'a pas besoin d'améliorer son image et sa notoriété, une marque ombrelle sans parti pris n'aurait pas d'intérêt
- > En revanche, de nombreux espaces valléens pourraient profiter favorablement d'une reconnaissance qualifiante de leur prise en compte des enjeux environnementaux



Votre correspondant pour cette mission

Raphaël BOTTI

botti@teriteo.fr