

Projet “ Famille à la montagne ” ENTRE NATURE ET CULTURE

INTERREG ALCOTRA ITALIE/FRANCE 2014-2020 Description Technique Détaillée



INTERREG ALCOTRA ITALIE/FRANCE 2014-2020 Description Technique Détaillée

Introduction

Afin de rendre homogène la description du projet et d'en faciliter la lecture, on suivra la logique du Formulaire en ligne, dont on reprend ici les contenus essentiels tout en apportant des focus – requis ou que l'on considère nécessaires – d'approfondissement technique et de détail.

1. Cadre du projet

1.1 Axe 3) Objectif Spécifique 3.1

Le projet **Famille à la montagne** s'inscrit sur l'Axe 3), Objectif Spécifique 3.1 Patrimoine naturel et culturel - *Accroître le tourisme durable sur le territoire ALCOTRA.*

1.2 - Description synthétique du projet

Morgex en Vallée d'Aoste et Le Grand-Bornand en Haute-Savoie sont deux collectivités dynamiques et créatives, qui présentent des caractéristiques similaires : c'est pourquoi il a d'abord été possible d'identifier des besoins communs et de partager une vision, et ensuite d'élaborer une stratégie et de se fixer des objectifs communs.

Il s'agit en particulier de territoires de montagne qui présentent les éléments suivants :

- importance de l'économie touristique ;
- préoccupation vis-à-vis de l'accessibilité pour tous et de l'accueil des familles ;
- présence de nombreuses activités commerciales et artisanales ;
- dynamisme culturel et vivacité créative ;
- environnement et ressources naturelles remarquables ;
- paysages patrimoniaux (cultures en terrasses, pâturages, jardins potagers, terrains cultivés) considérables ;
- saisonnalité des flux touristiques ;
- persistance d'une forte vocation agricole.

Les besoins communs sont les suivants :

- qualifier davantage et accroître l'offre pour les familles et la compétitivité sur le marché touristique ;
- accroître l'attractivité du territoire ;
- améliorer la valorisation des ressources naturelles et culturelles ;
- désaisonnaliser l'offre et les flux touristiques ;
- mieux intégrer l'économie touristique avec les activités agricoles, les produits cœno-gastronomiques du territoire et artisanaux.

Voici une synthèse de l'approche méthodologique et de la vision commune :

Le constat :

- en Italie (Morgex - Vallée d'Aoste) : une offre 'famille' sous-représentée, non identifiée en tant que telle ;
- en France (massif des Aravis - Haute-Savoie) : une offre hétérogène, diffuse, partielle et peu mise en réseau.

La vision :

- transmettre la Nature et la Culture, en rendant accessibles deux 'territoires' réputés intimidants, celui de la nature (la montagne) et celui de la culture (la lecture), et ciblant les familles, et en particulier le très jeune public (2-6 ans) et les liens entre les générations.

Concrètement :

- Il s'agit pour les communes de montagne de Morgex et du Grand-Bornand de faire découvrir les façons dont nature et culture se sont mutuellement influencées et construites à travers les époques, grâce à des temps d'apprentissage ludique en famille et entre générations, par des activités innovantes autour des métiers et de la lecture réunissant les acteurs d'un large territoire, pour une nouvelle attractivité touristique toutes saisons.

Les mots-clés de l'idée **Famille à la montagne** que l'on retrouve dans la stratégie de projet :

- Montagne terrain de jeux, de création et d'apprentissage ;
- Enthousiasme, surprise, émotions, sensations (tous les sens sont concernés) ;
- Plaisir et goût de l'effort (physique et mental) ;
- Découverte, expérimentation ;
- Inclusion ;
- Participation et partage (habitants, opérateurs économiques, touristes) ;
- Réseau d'acteurs ;
- Caractérisation de l'offre.

2. Description du projet

2.1 - Contexte et problématiques de départ

Malgré la crise, le tourisme reste une activité économique de premier plan. Selon la World Tourism Organization, en effet, le tourisme international a dépassé en 2012 - pour la première fois - le milliard d'arrivées. L'Europe est le premier continent visité (534 millions de touristes en 2012) et, selon WTO, chaque année plus de 100 millions de personnes visitent la région alpine, soit 12% environ du tourisme mondial.

Morgex et Le Grand-Bornand, la Valdigne et les Aravis sont des territoires de montagne qui représentent bien le territoire alpin ALCOTRA, où le secteur touristique joue un rôle économique et social primordial. Les flux touristiques se concentrent toutefois pendant la période hivernale et pendant une courte période estivale. C'est ainsi que ce tourisme est souvent déconnecté des secteurs vitaux de l'économie montagnarde, comme l'agriculture ou l'artisanat, et entraîne une pression foncière souvent excessive. Aujourd'hui, les stations doivent faire face à une concurrence grandissante d'une offre touristique désormais planétaire, et doivent se diversifier pour répondre aux enjeux du changement climatique tout en s'assurant de l'efficacité de leurs dépenses.



Analyse SWOT du tourisme de montagne en Valdigne et aux Aravis

Atouts

- Infrastructures pour le ski et les activités sportives
- Attention vis-à-vis de la demande des familles
- Patrimoine environnemental
- Patrimoine culturel
- Réseau de sentiers
- Image et expérience consolidées
- Diversification des services touristiques
- Ouverture aux nouveaux marchés du ski
- Présence importante de structures d'hébergement
- Maintien des activités agricoles et artisanales

Faiblesses

- Tourisme fortement saisonnier
- Phase de maturité du produit touristique 'montagne' classique
- Offre famille peu structurée ou essentiellement basée sur une prise en charge des enfants
- Présence élevée de résidences secondaires et logements privés
- Saisonnalité des contrats freinant la montée en compétences
- Manque de coopération entre les opérateurs économiques
- Lien non suffisamment valorisé entre ressources environnementales/culturelles et développement socio-économique du territoire

Opportunités

- Augmentation en nombre et en potentiel économique des Slons (snow lovers no skiers)
- Croissance de la demande de bien-être et détente
- Tourisme familial qui est peu abouti à ce jour et qui répond à une vraie demande de vivre en famille de belles expériences
- Tendance au développement d'un tourisme intégré et durable
- Augmentation du tourisme nature et culture, actif et diversifié

Menaces / Dangers

- Persistance de la crise économique
- Mondialisation de l'offre touristique
- Changements climatiques au détriment de la saison hivernale
- Fragmentation de l'offre culturelle
- Diminution de la capacité de l'administration publique d'allouer des ressources et d'investir en faveur du tourisme

2.2 - Les défis communs

Pour faire face à la nouvelle demande touristique, les partenaires du projet sont conscients de devoir mettre en place un tourisme plus personnalisé. Il s'agit de faire en sorte que les personnes (opérateurs, mais aussi habitants) accueillent les visiteurs en les invitant à découvrir un domaine riche en nature et culture, et de lancer – de façon novatrice – une offre spécifique, jusqu'à présent délaissée à la montagne : l'offre famille.

2.3 - Les objectifs

L'objectif principal du projet est de **“renforcer et diversifier l'offre touristique famille en misant sur la combinaison nature et culture”**, décliné sur deux objectifs spécifiques :

- 1) *accroître l'attractivité du territoire en faveur du tourisme familial ;*
- 2) *systématiser une offre touristique spécifique pour la clientèle familiale.*

2.4 - Les activités conséquentes

Plusieurs des activités prévues dans le cadre du WP1 *“Gouvernance et gestion administrative”* et du WP2 *“Communication”* et toutes les activités prévues dans le cadre du WP3 *“Attractivité du territoire”* et du WP4 *“Offre touristique spécifique”*, décrites ensuite (quelques-unes dans le détail), ont été conçues afin d'atteindre les objectifs identifiés.

2.5 - Les résultats attendus

Grâce aux réalisations prévues dans le cadre du projet, on s'attend à l'obtention de deux résultats principaux :

1. le repositionnement compétitif du territoire, en tenant compte du tourisme durable surtout ;
2. l'amélioration de la qualité des offres et de découverte du patrimoine naturel, culturel, historique et paysager du territoire intéressé par le projet.

Ces résultats pourront influencer positivement et directement sur l'indicateur de programme qui vise à vérifier la “satisfaction des touristes”.

3. Cohérence avec le programme

3.1 - La cohérence avec la stratégie du programme

Le projet **“Famille à la montagne”** est parfaitement cohérent avec l'objectif de Programme visant à *“Accroître le tourisme durable sur le territoire ALCOTRA”*, et tout particulièrement quand il se propose de :

- *améliorer la protection et la valorisation du patrimoine naturel, culturel et paysager ;*
- *augmenter l'attractivité et le bénéfice durable pour les visiteurs et les habitants ;*
- *accroître les compétences et renforcer les synergies entre les opérateurs actifs de la conservation, l'interprétation, la gestion et la promotion du patrimoine naturel, culturel ou paysager et dans le secteur du tourisme ;*

- *diversifier et expérimenter de nouvelles modalités organisationnelles et de nouveaux produits touristiques innovants visant à améliorer l'utilisation et le développement du territoire y compris en utilisant les TIC.*

3.2 - La contribution du projet à la réalisation de l'objectif spécifique choisi

Grâce au renforcement et au lancement d'un produit spécifique, l'offre touristique pour la famille, misant sur la valorisation unitaire du patrimoine environnemental et culturel, sur l'implication directe de l'ensemble de la population et des opérateurs économiques, sur l'utilisation non-discriminatoire des nouvelles technologies, **"Famille à la montagne"** contribue directement à la réalisation de l'objectif 3.1. "Accroître le tourisme durable sur le territoire Alcotra".

3.3 - La correspondance des activités du projet avec les typologies d'action de l'objectif spécifique choisi

Les activités prévues dans le cadre du projet s'intègrent de manière organique aux types d'actions prévus pour l'objectif spécifique, surtout en ce qui concerne :

Interventions structurelles et infrastructurelles sur le patrimoine naturel et culturel

- *Réhabilitation et valorisation des zones et sites d'intérêt historique, paysager, et environnemental ;*
- *Réhabilitation, mise en conformité et modernisation des structures/infrastructures traditionnelles, d'intérêt historique, touristique, et musées.*

Développement de réseaux, systèmes, et services d'information communs

- *Définition de protocoles communs, projets et interventions partagés pour la protection et la gestion intégrée du paysage, du patrimoine naturel et culturel, et du territoire.*

Actions de sensibilisation, de communication et de promotion

- *Actions pour la promotion d'un usage touristique durable des ressources culturelles, environnementales et paysagères du territoire transfrontalier ;*
- *Actions destinées à sensibiliser les jeunes à la connaissance et à l'utilisation du patrimoine naturel et culturel, et proposer une image attractive du territoire.*

Formation et mise à niveau des opérateurs

- *Actions destinées à accroître les compétences des opérateurs actifs dans la gestion, la conservation et l'interprétation du patrimoine naturel, culturel et paysager.*

3.4 - Les caractéristiques particulières

"Famille à la montagne" présente, en outre, les caractéristiques spécifiques liées à l'Axe 3) du Programme, objectif spécifique 3.1 "Patrimoine Naturel Culturel":

1. *Durabilité au fil du temps* – investissements en infrastructures essentiels, mise en place d'une offre touristique pour la famille, ateliers de "lecture" et de découverte du territoire, formation des opérateurs ont été conçus et seront réalisés afin que le projet déclenche réellement une dynamique de développement local à long terme ;

2. *Implication active de la population* – Côté français, dès la préparation du projet par les rencontres du 16 octobre (administrateurs et représentants des Associations), 27 octobre et 4 novembre 2015 (rencontres publiques et entretiens individuels), la population a été impliquée dans la définition du rôle central que devra assurer l'offre touristique tournant autour de la Maison de la vie à la montagne.

Côté italien, l'idée du Parc de la Lecture est née de la réflexion et de la confrontation d'experts dans les domaines du tourisme accessible et de la famille, de la Commune de Morgex et de la Fondazione Sapegno. La définition du Parc sera soumise à un processus de conception participative qui impliquera deux classes du collège autour du sujet "Le Parc que je souhaiterais".

Sur l'ensemble du territoire concerné par le projet, la population et les touristes participeront directement à la réalisation du projet et à la valorisation du territoire, dans une démarche intergénérationnelle

saisons”, le “développement d’offres spécifiques pour les familles et les jeunes”, le “renforcement de l’accessibilité pour les personnes en situation d’handicap”, ainsi que les défis du programme Montagne 2040 de diversification touristique de la Région Rhône-Alpes.

Côté valdôtain, le projet est en cohérence avec la Politique régionale de développement 2014/20 – Cadre stratégique régional, où il est affirmé : “étant donné son poids économique, le tourisme doit devenir un facteur de développement du territoire (tout en contribuant à mieux répartir les bénéfices économiques sur l’ensemble de la Vallée)” et “sera fait un effort particulier de valorisation et promotion conjointe des ressources naturelles et culturelles, sur le modèle du projet Viva, relatif à la valorisation intégrée des espaces naturels protégés”. On encouragera en outre toute possibilité de collaboration avec le projet stratégique «Bassa Via», circuit en boucle exploitable toute l’année, grâce à son altitude non élevée.

4.2 - Complémentarités et synergies avec d’autres projets européens

“**Famille à la montagne**” doit aussi sa portée novatrice de systématisation et mise en réseau d’une offre spécifique pour la famille aux résultats atteints dans les précédentes programmations, et tout particulièrement dans le cadre de la participation, côté italien, au PIT Alcotra Espace Mont-Blanc 2007-2013. Côté français, on a commencé à réfléchir à la durabilité dans le domaine touristique à partir de l’implication des Aravis dans le projet Mobilalp (Interreg III B Espace Alpin).

4.3 - Complémentarités et synergies avec la stratégie macro-régionale Alpine

Adoptée formellement par la Commission européenne le 28 juillet 2015, la Stratégie européenne pour les Alpes (EUSALP), quatrième stratégie macro-régionale de l’Union Européenne (après celles de la Région baltique, de la Région du Danube et de la Région ionienne-adriatique) a été présentée officiellement en Slovénie les 25-26 janvier derniers. Elle sera un important cadre de référence pour la réalisation de notre projet aussi. La Macro-région des Alpes se composera de 48 Régions appartenant à 7 États. Elle s’étendra sur un territoire de 450.000 Km², avec plus de 75 millions d’habitants.



Focus EUSALP

EUSALP (European Strategy for the Alpine Region) - Un parcours d’en bas

Un des atouts du projet EUSALP est son élaboration par la base, avec une importante implication de toutes les régions alpines. Son document constitutif a été en effet approuvé le 29 juin 2012 à Bad Ragaz, Saint-Gall (CH) par la Conférence des Présidents des Régions alpines.

Un objectif ambitieux

La “Stratégie” a pour but la coordination des politiques et des fonds (européens, nationaux et locaux) relatifs aux Régions alpines dans le cadre des défis relevés et dans le respect d’une gouvernance multi-niveaux innovante, qui valorise le rôle des Régions, dans le domaine du développement d’interactions entre aires métropolitaines/proches des montagnes et aires de montagne, dans une optique d’étroite interdépendance entre les unes et les autres, qui ont les Alpes en leur centre.

Les grands défis

La région alpine est un territoire unique, avec un potentiel de dynamisme important, qui doit cependant faire face à de grands défis :

- la mondialisation économique, qui impose au territoire de se distinguer en compétitivité et en innovation, tout en développant la société de la connaissance et de l’information ;
- la tendance démographique, qui se caractérise en particulier par les effets superposés du vieillissement et des nouveaux modèles d’immigration ;
- les changements climatiques et leurs effets prévisibles sur l’environnement, la biodiversité et les conditions de vie de ses habitants ;

- les défis énergétiques à l'échelle européenne et mondiale, qui impliquent de gérer et satisfaire la durabilité de la demande, de façon sûre et accessible économiquement ;
- sa situation géographique spécifique en Europe, en tant que région de passage mais aussi de territoire présentant des caractéristiques géographiques et naturelles uniques, qui définissent le cadre de tous les futurs développements.

Les piliers de la stratégie

Pour que la région alpine reste l'un des territoires les plus attractifs en Europe, en exploitant son potentiel et en saisissant ses opportunités de développement durable et innovant dans un contexte européen, la stratégie se focalisera sur des axes d'intérêt (macro) régional communes, c'est-à-dire sur les trois piliers ci-dessous représentés :

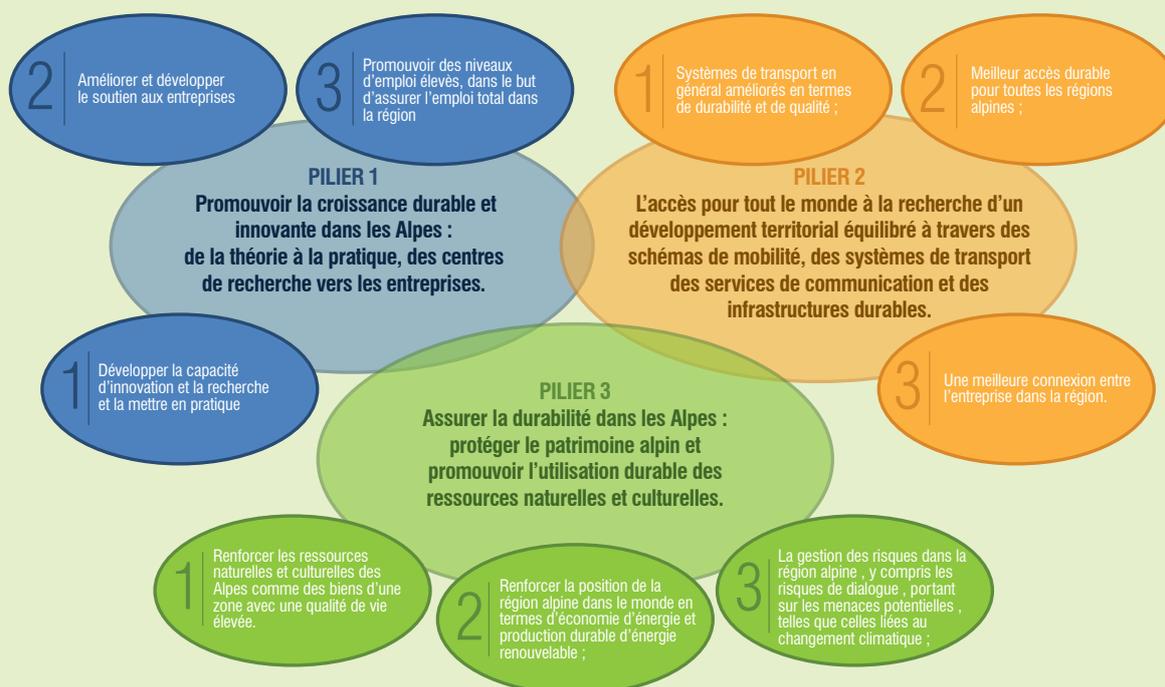


Image tirée de: <http://www.alpine-region.eu/>

Le projet **“*Famille à la montagne*”** contribue à soutenir le Pilier 3 “Assurer la durabilité dans les Alpes : Protéger le patrimoine alpin et promouvoir l'utilisation durable des ressources naturelles et culturelles”.

5. Caractère transfrontalier

5.1 - La valeur ajoutée transfrontalière

On peut affirmer à juste titre que **“*Famille à la montagne*”** est un projet entièrement transfrontalier : depuis sa conception, dans son élaboration, jusqu'à sa réalisation, sa portée est plus vaste par rapport au territoire strictement concerné par le projet.

Au début de la phase de conception, nous avons envisagé un partenariat plus étendu, en particulier du côté français, restreint ensuite au Grand-Bornand en raison de sa convergence de point de vue avec Morgex et de la promptitude des partenaires à saisir toutes les implications d'un projet intégré et transfrontalier, qui ne demande pas uniquement des besoins communs et l'identification d'un investissement à réaliser.

Au cours de la conception les éléments suivants ont été mis en place :

- objectifs communs qui revêtent un intérêt pour l'ensemble du territoire Alcotra ;
- méthodes communes, en partie à construire, qui seront mises à la disposition de l'ensemble du territoire Alcotra ;
- stratégies communes et transfrontalières de communication avec un impact sur le territoire Alcotra ;
- réalisations qui seront transposables sur le territoire Alcotra ;
- indicateurs attendus, de résultat et de output, avec une portée plus vaste que les seuls territoires du partenariat.

Au cours de la réalisation, le projet prévoit plusieurs moments communs de partage transfrontalier intenses et importants (Laboratoire Famille en ce qui concerne les aspects d'une nouvelle pédagogie d'approche à la montagne et à la lecture, détection et analyse conjointes du degré de satisfaction des clients, semaine famille test entre nature et culture, échanges de classes, colloque scientifique annuel transfrontalier, formation commune des opérateurs).

5.2 - Le niveau de coopération et d'intégration

L'intensité de la coopération pendant les mois de préparation du projet a fait émerger une forte intégration sur le plan motivationnel, des visions, des objectifs et des activités. L'intégration des ressources humaines impliquées lors de la préparation du projet et qui seront mobilisées dans la réalisation du projet (administrateurs publics, professionnels, personnel interne, écoles, opérateurs économiques et culturels) est très importante aussi.

Le degré d'intégration interne des WP et des différentes activités est très élevé, ainsi que leur degré d'intégration transfrontalière : sans la coopération transfrontalière, en effet, le projet n'aurait pas été envisageable et il ne serait pas non plus réalisable.

Le WPO repose sur un groupe de travail transfrontalier compétent, uni et motivé, qui a conçu et préparé le dossier. Son travail sera poursuivi et approfondi par le Laboratoire Famille prévu dans le cadre du WP1, qui constitue la véritable âme du projet, grâce aussi à un support technique/scientifique mixte italo-français. Toutes les activités de communication (WP2) sont étroitement liées les unes aux autres, voire intégrées, et soulignent l'identité de vision commune, qui est à la base du projet et qui sera véhiculée de façon unitaire.

Les activités des WP3 et WP4 sont conséquentes et ont la même ambition transfrontalière : vis-à-vis de la conception des deux pôles d'attractivité jusqu'à leur réalisation ; vis-à-vis de la construction autour de ces pôles d'une nouvelle offre touristique familiale ; vis-à-vis de son expérimentation par des semaines famille test conjointes ; vis-à-vis des ateliers ; vis-à-vis de la formation commune des opérateurs ; vis-à-vis des échanges de classes ; vis-à-vis de la détection et de l'évaluation de la satisfaction des clients.

5.3 - L'impact transfrontalier

Le projet **"Famille à la montagne"** intègre et vise à donner de l'élan, dynamiser et rendre homogène une stratégie participative et partagée de développement local avec des retombées économiques et sociales importantes en faveur des populations, des entreprises d'hébergement touristique, artisanales, agricoles, touristiques et œuvrant dans la promotion de la culture et dans la protection de la nature.

En effet, **"Famille à la montagne"** c'est d'abord **un double constat transfrontalier** :

Il s'agit d'une part de la faiblesse des offres présentes en montagne en complément des sports de glisse et en particulier pour les jeunes enfants.

D'autre part, la montagne, sous l'angle de l'environnement naturel ou sous celui de la culture, est souvent perçue comme intimidante par les familles. C'est pourquoi le projet comporte des produits innovants centrés sur la dualité nature (par l'accès à la vie en montagne) et culture (par l'accès à la «lecture»). Les partenaires sont d'ores et déjà attentifs à l'accueil des familles, mais les actions envers les jeunes enfants restent anecdotiques.

C'est aussi **une méthodologie transfrontalière** :

La coopération a permis en effet d'évaluer les forces et les faiblesses de chacun, de s'enrichir des compétences des uns et des autres et de se fixer des objectifs ambitieux, car partagés et mutualisés.

Les partenaires italiens bénéficieront du transfert de l'expérience et des compétences du partenaire fran-



çais, labellisé Famille plus, et le partenaire français des apports scientifiques de la fondation Sapegno et de l'Université de la Vallée d'Aoste, avec laquelle la Fondazione envisage de renforcer la collaboration dans le cadre de ce projet.

C'est ensuite **une stratégie transfrontalière** :

L'ambition transfrontalière du projet est de contribuer à la diversification de l'offre touristique Alcotra tournée vers une cible nouvelle et ce, en collaboration avec les sites touristiques institutionnels (Viva Valle d'Aosta, LoveVdA, Savoie Mont-Blanc).

Une grande attention sera portée à la diffusion des résultats, par des moyens simples qui en encourageant la transposabilité, tout d'abord en faveur des vastes territoires dont font partie les partenaires de projet : la Communauté de Communes des Vallées de Thônes qui englobe 13 communes du canton de Faverges, l'Unité des 5 Communes valdôtaines Valdigne-Mont-Blanc et L'Espace Mont-Blanc, initiative de coopération transfrontalière réunissant 35 communes à cheval sur la Savoie, la Haute-Savoie, la Vallée d'Aoste et le Valais qui s'engagent dans la protection et la valorisation d'un territoire emblématique, où l'exceptionnel patrimoine naturel et environnemental cohabite avec des activités économiques et touristiques d'envergure internationale.

5.4 - La poursuite des activités et du partenariat

Le partenariat est tout récent : il a tout intérêt à se renforcer pour que le produit touristique que l'on souhaite lancer de façon conjointe se développe et se nourrisse constamment d'une nouvelle vitalité par la confrontation des recherches et des évaluations communes, et essaime sur l'ensemble du territoire Alcotra.

En effet, le projet **"Famille à la montagne"** est entièrement tourné vers l'avenir :

-les investissements structurels, réalisés grâce au projet, font partie intégrante d'une stratégie plus vaste d'investissements en direction des familles (requalification de l'aire fluviale en face du Parc de la Lecture à Morgex, création d'une aire de jeux intergénérationnelle et achèvement de la Maison de la vie en montagne financé par la Commune du Grand-Bornand) ;

-les ateliers et les événements famille ont été conçus afin d'expérimenter de nouvelles pratiques visant à terme à mettre au point une offre touristique intégrée et durable pour toute la famille. Ces actions seront à la fin du projet un point fort de l'offre des partenaires.

Des deux côtés, le projet a pour objet d'améliorer la lisibilité de l'offre famille et de mettre en réseau les acteurs qui travaillent sur cette cible (au Grand-Bornand le projet se veut catalyseur de complémentarité en assurant une continuité avec l'offre événementielle du festival ou encore en intégrant la Maison de la nature et du patrimoine dans son offre de produits ; à Morgex il est catalyseur de complémentarité et d'intégration entre les activités de la Fondazione Sapegno et son Biblio-Musée de la BD, du Centre de recherche scientifique et environnementale de l'espace protégé du Marais, de l'Office du tourisme, de la bibliothèque de district).

À Morgex, l'entretien du Parc de la Lecture sera assuré par la Commune dans le cadre de l'entretien de ses espaces verts équipés ; les contenus seront mis à jour tous les six mois par la Fondazione. Au Grand-Bornand, la gestion du site sera à la charge de la commune qui sera garante de l'intérêt général.

Sur les deux territoires, les investissements ont été conçus, dès le début du projet, avec un risque d'obsolescence dérisoire. Il ne s'agit pas, en effet, de réaliser des aménagements figés mais de privilégier des aménagements modulaires à même de s'adapter aux initiatives individuelles et collectives.

Les Instruments de partage tels que la détection du degré de satisfaction des clients et le renvoi réciproque sur les sites web des partenaires, avec des pages communes consacrées à l'offre italienne et à l'offre française, resteront opérationnels une fois achevé le financement du programme. À la fin des trois ans du projet, le partenariat sera en mesure (grâce aussi au travail du Laboratoire Famille) d'identifier des modalités efficaces et performantes qui assurent la continuité de l'échange d'informations et de bonnes pratiques ; qui pérennisent le partage de réflexions sur le développement de l'offre famille, par exemple par une rencontre de travail annuelle (au moins) ; qui permettent de renforcer la coopération à l'échelle transfrontalière.

6. Cohérence du partenariat

6.1 - La pertinence du partenariat

Le partenariat a son origine dans deux territoires qui présentent des caractéristiques bien similaires et, surtout, des besoins, une vision et une stratégie communs.

Voici une présentation synthétique des partenaires.

Commune de Morgex (*Chef de file*)

La commune de Morgex est située à 920m d'altitude, dans la cuvette plate où coule le fleuve Dora Baltea. Ce petit et ancien bourg de 2.124 habitants, au 31 décembre 2015, représente la porte d'entrée à l'Espace Mont-Blanc du côté valdôtain. Dès les temps les plus anciens, en outre, grâce à sa situation géographique, Morgex est le centre de la vie administrative et commerciale de la Valdigne. L'important marché hebdomadaire du jeudi fut mis en place, avec l'octroi du Comte de Savoie, le 28 octobre 1318 et n'a jamais connu d'interruptions.

Le territoire de la Commune est riche en forêts, pâturages de hauteur, champs et vignobles. En effet, sur les côtés exposés au sud végètent les plus hauts vignobles d'Europe, à partir desquels on produit le «Blanc de Morgex et de La Salle», un vin blanc à la saveur sèche, légèrement pétillant et très délicat qui en 1985 a obtenu l'Appellation d'Origine Contrôlée.

Bien que des activités productives comme l'artisanat et l'agriculture soient vivantes, l'économie de Morgex repose essentiellement sur le tourisme : estival, grâce à plusieurs services et à des espaces équipés largement accessibles, aussi bien qu'hivernal, grâce à la piste de ski de fond d'Arpy et à la proximité avec les stations de ski de Courmayeur et La Thuile. Nombreux sont aussi les itinéraires de ski-alpinisme et les randonnées en raquettes de neige.

Les services d'hébergement touristique comprennent petits hôtels, chambres et appartements à louer, B&B, campings et résidences secondaires. L'ensemble de la Valdigne présente un bon nombre de lits touristiques.

Par le projet "Autour du Mont-Blanc", PIT ALCOTRA 2007-2013 Espace Mont-Blanc, la Commune de Morgex a entamé l'amélioration de son offre familiale par la création du parcours pieds nus (15.000 présences par an) et de deux parcours thématiques : l'un, hivernal, sur les traces des animaux dans la neige ; l'autre sur le patrimoine historique du village minier d'Arpy. À présent l'engagement en faveur d'une systématisation d'une offre spécifique pour la famille représente l'aboutissement du travail mené, mais surtout le point de départ d'une stratégie à long terme.

Fondazione Natalino Sapegno (*Organisme délégataire*)

La Fondazione Natalino Sapegno a été créée en 1991 par la Région Autonome Vallée d'Aoste et la famille Sapegno avec les objectifs suivants : «encourager l'accès des jeunes aux sciences humaines et créer les conditions pour un rapport continu entre la recherche historique et littéraire et l'école», «promouvoir les études et les recherches dans le cadre des littératures italienne et française» et, de façon plus générale, «faciliter les échanges et la diffusion d'informations dans le domaine culturel italien et européen». La Fondation a été constituée à partir de la bibliothèque et des archives du célèbre critique littéraire valdôtain Natalino Sapegno (1901-1990), professeur de littérature italienne, auteur d'un commentaire à la Divine Comédie, d'histoires de la littérature et de livres scolaires.

Depuis 1992, la Fondation organise séminaires pour doctorants et jeunes chercheurs, colloques, journées d'étude, cours de perfectionnement pour les enseignants ; décerne des prestigieux prix littéraires ; publie plusieurs ouvrages. En 2010, suite au déménagement à la Tour de l'Archet de Morgex (l'ancien château du village, situé au cœur du bourg médiéval, tout près de l'aire destinée au Parc de la Lecture), la Fondation a pu ouvrir au public sa grande bibliothèque littéraire (env. 50.000 livres) et installer dans une aile du château l'importante collection de BD et de livres pour enfants (env. 35.000 volumes) de Demetrio Mafrica : c'est ainsi qu'en 2014 est né le Biblio-Musée de la BD, un lieu de lecture mais aussi de découverte de l'histoire, des personnages et des créateurs de bandes dessinées et vignettes.

En même temps, la Fondation a entamé une intense activité de projets pour les étudiants des différents cycles afin de promouvoir la culture du livre, de transmettre le goût de la lecture et de l'écriture (par le dessin, la BD, l'illustration aussi), d'initier les jeunes à la littérature et à la poésie. Et ce, en réalisant de





nombreux laboratoires et ateliers, en italien et en français, conçus avec la collaboration des enseignants.

Commune du Grand-Bornand (Partenaire)

Le Grand-Bornand est une commune classée station de sport d'hiver et d'alpinisme depuis 1968. Forte de 2189 habitants en 2012, sa population dépasse les 20.000 habitants en haute saison touristique. Elle est typique d'une station-village, avec un chef-lieu animé autour de sa grenette traditionnelle (ancienne halle aux grains) et une station consacrée au ski en hiver et aux activités outdoor en été. Ces deux pôles bénéficient d'un urbanisme très maîtrisé, faisant la part belle aux chalets d'alpage. La commune se situe en effet dans le massif des Aravis, qui appartient aux Alpes françaises. Elle jouit d'un environnement naturel exceptionnel, faisant l'objet de mesures Natura 2000, et d'une forte activité agropastorale autour de la production de fromages, notamment le reblochon fermier qui est une appellation d'origine protégée. Avec 48 fermes exploitées à l'année, le Grand-Bornand est ainsi la première commune agropastorale de Haute-Savoie, et ce pilier économique demeure vivace en parallèle de l'essor du tourisme. La commune conçoit à ce propos le tourisme comme devant constituer un développement équilibré du territoire, et un vecteur de découverte du patrimoine naturel et culturel montagnard. Il s'agit précisément à l'avenir de conforter et de diversifier, en complément de la pratique de la glisse, des activités toutes saisons de découverte de la culture montagnarde pour un public familial et pour les enfants, à l'instar du festival jeune public 'au bonheur des mômes'.

Région Autonome Vallée d'Aoste (RAVA) – Structure Espaces protégés (Partenaire)

La structure Espaces protégés appartient à l'Assessorat de l'Agriculture et des Ressources naturelles de la Région Autonome de la Vallée d'Aoste. Elle met en œuvre les fonctions suivantes : elle gère les études et programme les investigations scientifiques liées à l'amélioration de la sensibilisation du public et de la planification de l'action dans le contexte de la biodiversité et du patrimoine naturel de la région ; elle met en œuvre les directives communautaires relatives à la conservation de la biodiversité ; elle planifie, gère et contrôle les espaces naturels protégés et les jardins botaniques régionaux alpins ; elle coordonne les activités et collabore avec les autorités locales pour une stratégie régionale cohérente pour la conservation et l'amélioration de l'environnement naturel ; elle planifie, conçoit, met en œuvre et contrôle les actions de valorisation des espaces protégés et du patrimoine naturel régional ; elle conçoit, met en œuvre, surveille et contrôle les projets cofinancés par les fonds de l'état et/ou européens ; elle met en œuvre les politiques de l'éducation environnementale et celles qui visent à la valorisation du patrimoine naturel, de la biodiversité et du tourisme de nature. Elle gère le centre de recherche scientifique et environnemental du Marais et a ainsi en charge la gestion du Musée Régional de Sciences naturelles "Efisio Noussan" (adoption de la loi), qui a ouvert au public en 1985 et aujourd'hui poursuit ses activités visant, entre autre, à la rénovation des expositions afin d'encourager la population à retourner au musée.

6.2 - La Complémentarité et l'équilibre dans la répartition des tâches

Le projet **"Famille à la montagne"** est un projet unique et unitaire, auquel chaque partenaire apporte une contribution essentielle, bien que différente.

Compte tenu des responsabilités du chef de file et des nombreuses actions promues par Morgex et la Fondazione en faveur de l'ensemble du partenariat transfrontalier, le budget du projet, qui s'élève à 2.000.000 €, est réparti de façon équilibrée entre le côté italien (1.200.000 €) et le côté français (800.000 €).

Toutes les activités sont étroitement intégrées, la plupart d'entre elles à l'échelle transfrontalière, les autres à l'échelle locale.

Le partenaire chef de file assurera la coordination et la gestion à l'échelle transfrontalière, incluant l'évaluation et la gestion des risques, ainsi que la coordination globale des WP.

En ce qui concerne les autres activités communes, la Fondazione Sapegno (organisme délégué par le chef de file) assurera l'animation du Laboratoire Famille et de son support technique/scientifique, en bénéficiant aussi de la collaboration scientifique des professeurs de l'Université de la Vallée d'Aoste, avec lesquels elle collabore depuis longtemps. La Fondazione gèrera et soutiendra les coûts des activités relatives à la formation transfrontalière des opérateurs, à la réalisation de la vidéo transfrontalière, à la

détection et analyse du degré de satisfaction des clients des deux côtés, aux échanges de classes, à la réalisation de l'APP numérique commune «Reportage Famille», à la supervision technique des semaines famille test et des parcours poussette, la réalisation des fiches finales de transposabilité.

Le Grand-Bornand mettra à la disposition des partenaires son expérience pour la réalisation des semaines famille test et réalisera directement plusieurs activités (dont elle soutiendra les coûts) à caractère commun : la recherche et le développement d'outils pédagogiques, la réflexion sur les jeux coopératifs, la création du nom et de l'identité visuelle des pôles d'attractivité.

La Structure Espaces protégés de la Région Autonome Vallée d'Aoste partagera avec le partenariat son expérience de recherche et d'animation dans le domaine de l'interprétation du territoire et de la nature, ainsi que le portail web Valle d'Aosta Unica per Natura (<http://www.vivavda.it>).

Sur le territoire de Morgex se constituent en réseau tout en unissant leurs énergies trois organismes publics :

- la Commune de Morgex (609.000 €) ;
- la Fondazione Sapegno (531.000 €) ;
- RAVA (60.000 €) .

6.3 - Le Chef de file

La Commune de Morgex a acquis une bonne expérience dans la gestion des projets européens, en qualité de chef de file aussi, et a obtenu des résultats remarquables, qui ont laissé un effet durable sur le territoire (il suffit de songer au solaire thermique intégré au réseau de chauffage urbain, au parcours pieds nus, au Marché agricole, à la récupération des anciens fours à pain, à la revitalisation de la culture des céréales dans la Valdigne – grâce à une moissonneuse-batteuse adaptée aux petites parcelles de montagne –, à la création de parcours pour cyclistes et piétons dans les vignobles). De plus, le personnel interne a acquis les compétences nécessaires à une gestion autonome des aspects administratifs à l'échelle transfrontalière aussi.

6.4 - La justification de la participation d'un délégataire

La Fondazione Sapegno, organisme délégué par la Mairie de Morgex (chef de file), a participé dès le tout début à la conception et à la préparation du projet, en apportant une contribution essentielle en idées, compétences et passion.

La Fondazione coordonnera les travaux du Laboratoire Famille, mènera les activités de communication prévues à Morgex (tout en intégrant la plupart des exigences de communication de la Commune et de RAVA), contribuera à la définition du projet et des installations du Parc de la Lecture, suivra la mise en place de l'offre spécifique pour la famille en collaboration avec les professionnels du secteur et les structures d'hébergement touristique.

7. Plan de travail

7.1 - La logique du plan de travail

Le plan de travail du projet **“Famille à la montagne”** explicite, de façon claire et structurée, les liens entre les objectifs identifiés, les résultats attendus, les indicateurs de résultat associés et les actions, c'est-à-dire les activités et les groupes d'activité (WP) nécessaires à atteindre les résultats attendus.

7.2 - Les groupes d'activité (WP)

En plus des WP pré-enregistrés, essentiels à gérer et communiquer correctement le projet, **“Famille à la montagne”** se sert de deux autres WP, qui représentent le cœur opérationnel du projet :

- WP3 - Attractivité du territoire
- WP4 - Offre touristique spécifique

WPO - Préparation du projet

La préparation unitaire du projet a été intense et exigeante. Les nombreuses réunions techniques constituent, en fait, un prologue au Laboratoire Famille, lieu d'élaboration théorique, d'échange de compétences, et de partage des choix.

WP1 - Gouvernance et gestion administrative

Comme le projet constituera la pierre angulaire du développement des deux territoires en orientant l'utilisation des ressources (humaines et matérielles) autour d'une vision stratégique commune, le WP1 ne comprendra pas uniquement la coordination et la gestion du projet, avec son évaluation et gestion des risques, mais aussi les activités relatives au Laboratoire Famille et au Développement local.

Suivent les Focus d'approfondissement sur : Évaluation et gestion des risques, Laboratoire Famille et Développement local.



Focus Évaluation et gestion des risques

Identification des risques

Par le biais d'une matrice très simple mais efficace dans la combinaison de probabilité et des conséquences, on a identifié les risques à analyser de façon attentive.

Nous nous sommes concentrés sur les facteurs significatifs, en évitant ainsi la dispersion des énergies afin d'augmenter la qualité des actions de correction prévues.

Carence de disponibilité de liquidités

Au cours de la réalisation du projet l'organisme délégataire choisi par le chef de file pourrait être exposé à une situation de non-alignement entre les encaissements et les décaissements et présenter par conséquent des problèmes de liquidités. En effet, les versements FESR dépendent de l'avancement physique des activités de l'ensemble du partenariat et d'autres facteurs aussi.

Temps de réalisation des bâtiments et des constructions

La réalisation du "Parc de la Lecture" requiert l'exécution de plusieurs phases de projet, l'obtention de différentes autorisations et la réalisation de mouvements de terre et petites constructions. Une sous-estimation des temps de réalisation pourrait comporter de graves retards.

La complète adaptation fonctionnelle du bâtiment destiné à devenir la "Maison de la vie à la montagne" est une condition préalable à son ouverture. Le temps de réalisation de cette adaptation tout comme des aménagements extérieurs peuvent avoir été sous-évalués et peuvent subir un retard dû à des conditions météorologiques défavorables.

Incertitude des co-financeurs

Dans le cadre des investissements à réaliser préalablement dans la "Maison de la vie à la montagne", il est prévu que la Commune du Grand-Bornand sollicite des financements complémentaires qui font l'objet d'un dépôt de demande de subventions dans le cadre de la démarche 'espaces valléens' de la Région Rhône-Alpes ou du Plan Tourisme du département de Haute-Savoie.

Imprécision des conditions requises aux fournisseurs

Dans le cadre du projet, on prévoit le recours à des services de marketing et l'usage de produits numériques qui sont particulièrement délicats et sont en permanente évolution aussi. Il faut donc éviter le risque inhérent à une insuffisante précision des conditions fonctionnelles requises et des résultats attendus afin d'obtenir des produits qui présentent un rapport qualité/prix satisfaisant.

Gestion des risques identifiés

Carence de disponibilité de liquidités

Le chef de file passera une Convention avec l'organisme délégataire en prévoyant l'octroi sur justificatifs d'une avance et des versements réguliers qui tiennent compte de l'avancement des activités référencées dans le projet.

Temps de réalisation des bâtiments et des constructions

L'expérience acquise à l'occasion de la réalisation du parcours pieds nus dans le cadre du PIT ALCOTRA 2007-2013 Espace Mont Blanc démontre que la prévision d'une année pour les phases de projet et d'une année pour les phases de réalisation

est une estimation amplement prudentielle.

Les mesures envisagées pour respecter le temps de réalisation consisteront dans la désignation d'un maître d'œuvre et d'un assistant à maîtrise d'ouvrage garants du délai global d'exécution des travaux et d'une méthode de suivi du projet par tableau de bord, reporting et échéancier de la part du maître d'ouvrage.

Incertitude des co-financeurs

Si la Commune du Grand-Bornand n'obtient pas les financements demandés hors programme Alcotra, elle est en mesure d'autofinancer les investissements.

Imprécision des conditions requises aux fournisseurs

Parmi les tâches du Comité technique/scientifique "Laboratoire Famille" il y aura aussi un contrôle des conditions requises auprès des fournisseurs par les différents partenaires de façon à éviter d'éventuelles carences et imprécisions et obtenir par contre un bon niveau qualitatif. En amont, il est prévu un budget pour la rédaction de cahier des charges pour avoir un programme précis pour les fournisseurs et minimiser ainsi les risques liés à une commande imprécise.

Monitoring

Le monitoring de la gestion des risques est confié au coordinateur transfrontalier de projet, qui tiendra au courant le Comité scientifique lors de chaque réunion et signalera d'éventuels nouveaux facteurs de risque, tout en restant à l'écoute d'autres éventuelles indications de la part de chaque partenaire.

Attention: la note méthodologique, avec l'évaluation et l'analyse des risques, est une pièce-jointe au Dossier de projet.



Focus Laboratoire Famille

Le groupe de travail transfrontalier mis en place pour la conception du projet a déjà été une sorte de "laboratoire" : de la confrontation de ses membres et de la recherche de supports spécifiques externes est né en effet le projet "**Famille à la montagne**", qui a pu être défini dans sa portée stratégique et dans ses différentes facettes grâce à un important travail d'équipe.

Le "laboratoire famille" sera un Comité technique/scientifique, composé par les principaux acteurs du projet (institutions publiques et centres culturels et de recherche) et par un support spécifique externe permanent comprenant des experts en matière de tourisme familial, d'inclusivité et d'accessibilité. Le Laboratoire pourra bénéficier au cas par cas des apports de l'Université, des différents services régionaux et départementaux concernés par le projet, d'autres experts invités selon des nécessités spécifiques.

Le Laboratoire Famille est chargé de trois tâches principales :

- il est un **espace de réflexion, de discussion et d'échange d'expériences** concernant l'évolution du tourisme, les rapides changements de la demande, les initiatives à réaliser et les perspectives à construire ; il est un **espace d'élaboration d'approches pédagogiques innovantes** des enfants aux mondes de la nature et de la culture, surtout dans un milieu de montagne. Le Laboratoire sera impliqué dans une dynamique d'identification et de mise en œuvre d'un nouveau modèle de développement local dont le pivot sera une offre touristique spécifique et novatrice pour la famille (Plan de marketing territorial) ;
- lieu de transposition des connaissances théoriques à la pratique.** Le Laboratoire supervisera la réalisation des ateliers pour les familles et les écoliers, des événements et des semaines famille test. Le Laboratoire examinera les activités

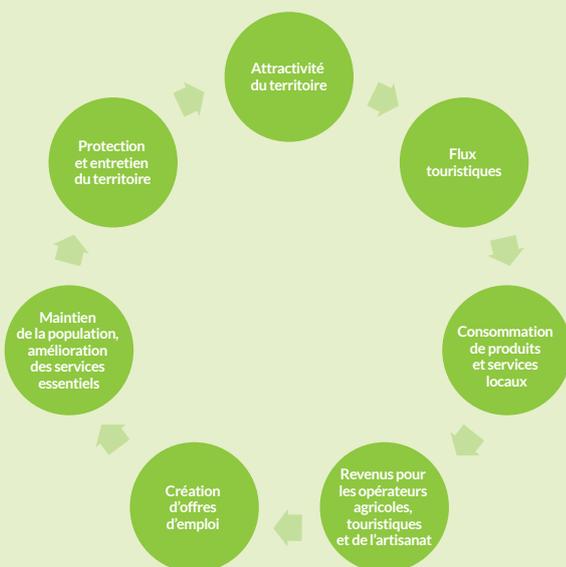
de formation des opérateurs et les échanges transfrontaliers des classes. Le Laboratoire validera les fiches finales de transfert des résultats.

c) **support à la gestion de la qualité.** Le Laboratoire contribuera à définir les conditions fonctionnelles et de performance à requérir lors des avis publics visant à allouer des travaux, des fournitures et des services. Le Laboratoire assurera aussi le monitoring des réalisations et des résultats. Il examinera enfin les rapports d'évaluation du degré de satisfaction des touristes.



Focus Développement local

À l'exception d'une faible activité de production dans le secteur industriel, encore présente à Morgex, l'ensemble du territoire concerné par le projet se fonde sur **une économie de type résidentiel**, dont les flux de revenus proviennent surtout de l'extérieur (touristes, retraités, voyageurs domicile travail, propriétaires de résidences secondaires). Les conditions qui permettraient de renforcer ce type d'économie sont de deux ordres : la valorisation des ressources qui participent à déterminer l'attractivité du territoire et la réutilisation des revenus sur le territoire afin de transformer l'attractivité en développement. Le schéma qui suit décrit bien le cycle vertueux que l'on veut déclencher.



Par le projet **“*Famille à la montagne*”**, Morgex et Le Grand-Bornand interviennent sur les deux conditions préalables à la **redynamisation des économies respectives** :

- le renforcement de la capacité d'attraction du territoire grâce à la réalisation des deux pôles “Parc de la Lecture” et “Maison de la vie à la montagne”, catalyseurs d'une offre touristique innovante misant sur la combinaison nature/culture ;
- la mise en réseau des capacités de gouvernance locale, professionnelles, culturelles et créatives afin de valoriser les excellences présentes (œno-gastronomiques, artisanales) et de créer de nouvelles opportunités de travail, en particulier en ce qui concerne les services à la famille et aux petits enfants (garderie, approche ludique à la nature et à la culture, location d'équipements).

A l'échelle du Grand-Bornand, le positionnement de la “Maison de la vie à la montagne” sera complémentaire à la fois de la Maison du patrimoine, de la Maison de l'enfance, du Club Arlequin, de la bibliothèque, de la Maison des p'tits montagnards et des nombreux stages sportifs organisés au Grand-Bornand été comme hiver. Pour s'inscrire dans une complémentarité, il s'agira de proposer un lieu de partage et d'expression pour toute la famille mais il s'agira également de proposer - sans nécessairement un engagement sur la semaine - des ateliers, des animations ou activités ponctuels sur des tranches d'âge peu prises en compte. Au niveau de développement local, le projet **“*Famille à la montagne*”** s'inscrit pleinement dans stratégie de la CCVT (La Communauté de Commune des Vallées de Thônes). Face à des attentes touristiques en évolution et au constat d'une culture du terroir jouant un rôle primordial dans la plupart des activités de découverte des Aravis (culturelles, environnementales, sportives...), la CCVT souhaite renforcer les liens entre les dynamiques touristiques et agricoles du territoire. La CCVT a d'ailleurs créé un Pôle d'Excellence Rurale (2011-2014) ayant pour objectif la valorisation conjointe des produits et du territoire.

La stratégie retenue par la CCVT s'appuie sur les spécificités du territoire pour favoriser la mise en valeur innovante des patrimoines naturels et culturels et s'intitule : “Les Aravis : agriculture et tourisme, une synergie au service d'une montagne vivante.”

À Morgex, le projet **“Famille à la montagne”** offrira l’occasion de mettre en place un véritable et spécifique **Plan de Marketing territorial**, instrument nécessaire à accroître la compétitivité économique de Morgex et de la Valdigne.

Selon les évaluations du “Plan de Marketing Stratégique de la Vallée d’Aoste” (mis à jour en juillet 2014), l’appétence pour la montagne est en effet en train de changer : on passerait aujourd’hui d’un *“tourisme de destinations [...] à un tourisme de motivations, où l’on se déplace pour faire...”*. L’offre pour un tourisme d’expériences se fonde sur le patrimoine culturel, paysager, œno-gastronomique, artisanal, sur les événements, les traditions, le savoir-faire local. Dans cette optique Morgex a choisi de miser sur une tendance spécifique : le tourisme familial, idée qui devient la cheville ouvrière autour de laquelle créer du développement, en mettant en réseau les opérateurs économiques, culturels et sociaux.

Le **Plan de Marketing Stratégique** nous apprend aussi que les familles en vacances privilégient la mer, la montagne se situant en deuxième position. De plus, 93% des familles qui partent à la montagne choisissent des destinations domestiques. Les familles qui optent pour la montagne font du sport, visitent des parcs et des aires intéressantes du point de vue environnemental, des musées, des sites culturels et historiques, des villes : c’est exactement cette cible que Morgex veut viser par le projet **“Famille à la montagne”**, tout en essayant de faire découvrir la montagne à ceux qui ne la connaissent pas.

La redécouverte du territoire n’a jamais été comme de nos jours une valeur aussi importante pour la perception et la lecture du monde. Il s’agit bien d’un paradoxe, alors que les relations économiques et sociales sont aujourd’hui globalisées et que les rythmes de vie subissent une accélération grandissante.

Le Plan de Marketing territorial de Morgex sera une aide technique précieuse pour favoriser un développement économique harmonieux, soutenable du point de vue environnemental, favorisant la cohésion sociale.

WP2 - Communication

Tout au long du projet, une communication sera assurée en étroite concertation par des tâches spécifiques confiées au personnel interne et à des supports externes, qui mèneront des campagnes sur les réseaux sociaux, publieront des communiqués de presse, organiseront des conférences de presse, mettront à jour les listes de diffusion et les sites web, rédigeront les textes des dépliants et les mises à jour. La Région Autonome Vallée d’Aoste mènera son activité de communication surtout à travers le portail web *Viva - Valle d’Aosta Unica per Natura* (<http://www.vivavda.it>), synthèse du Système Nature Régional, afin de promouvoir une fréquentation touristique des espaces protégés qui se fonde sur des principes de durabilité environnementale. Elle profitera aussi de la collaboration de la Fondazione Sapegno pour d’autres exigences (dépliants, etc.).

Voici les activités principales prévues : ALCOTRA Mountain is Family (vidéo et brochure), Famille WEB (création et mise à jour de sites), Communication concertée et Identité visuelle des pôles d’attractivité.

WP3 - Attractivité du territoire

Afin de renforcer l’attractivité en matière de tourisme familial, Morgex et Le Grand-Bornand souhaitent créer deux pôles qui poursuivent les mêmes objectifs :

- créer des lieux de partage, pleins de sens, qui revalorisent le rapport avec la réalité et l’authenticité même de ces lieux ;
- accroître le désir de découverte d’une montagne ludique, accueillante, accessible ;
- privilégier une approche intergénérationnelle ;
- transformer des connaissances théoriques en une vraie expérience.

Le projet autour de la lecture à Morgex et celui de la découverte de la montagne au Grand-Bornand présentent un point commun évident : celui de la découverte de mondes où l’entrée est complexe. Les deux pôles donneront accès à ces deux univers.



Focus Pôles d'attractivité : Parc de Lecture et Maison de la vie à la montagne

Introduction conjointe

Le Grand-Bornand et Morgex, destinations touristiques de montagne, sont engagés depuis plusieurs années dans la création et le développement d'une ambiance et d'un accueil favorables aux familles.

À cette fin, Le Grand-Bornand a réalisé plusieurs opérations d'investissements, qui se joignent à l'organisation annuelle du festival de renommée internationale « Au Bonheur des Mômes » : la garderie de village, le centre loisir le Club des p'tits montagnards pour les enfants de 3 à 12 ans, tout en proposant une prise en charge et des animations sur le domaine skiable. Pour conforter la dimension familiale, une aire de jeux sur mesure privilégiant une approche intergénérationnelle permettant à petits et grands de jouer ensemble sera réalisée dans le village en 2016. Le Grand-Bornand est labellisé Famille Plus.

Morgex a réalisé une piste pieds nus très appréciée par les enfants et les familles complètement accessible aux non-voyants, qui a accru considérablement son attractivité touristique ; dispose de plusieurs aires de jeux et de loisir en pleine nature ; organise des activités destinées aux enfants sur toute l'année et a promu la création d'un centre estival (une sorte de garderie) pour les enfants de 3 à 12 ans.

Les deux Communes ont également su gérer leur développement tout en sauvegardant une forte présence agricole : au Grand-Bornand on compte une cinquantaine d'exploitations agricoles ; à Morgex on ne cesse de maintenir et d'étendre les vignobles les plus hauts d'Europe, cultivés jusqu'à 1.200m au-dessus du niveau de la mer. L'agriculture est donc bien vivante et se transmet à travers des manifestations dans lesquelles les enfants et la famille ont toujours une place de choix.

Les deux Communes sont toutefois conscientes que leur offre vis-à-vis des familles peut être améliorée de façon significative et que ce projet permettra une montée en gamme de tous les partenaires concernés.

C'est pour ces raisons que Morgex et Le Grand-Bornand se proposent de s'engager ensemble afin de renforcer leur capacité d'attractivité en direction du public familles ; de qualifier et améliorer leur offre à destination des familles en axant leur réflexion sur la dualité nature/culture.

Les deux communes souhaitent faire de cette offre le cœur de leur stratégie de développement local en favorisant la mise en réseau et en structurant tous les opérateurs du tourisme, les prestataires d'activités, les activités agricoles, les institutions culturelles, les centres de recherche et de création, les institutions publiques.

Il y a en effet dans ces deux projets aux contours différents une dimension très semblable qui est la question du goût de l'effort et de sa transmission. Le projet autour de la lecture à Morgex et celui de la découverte de la montagne au Grand-Bornand présentent un point commun évident : celui de la découverte de mondes où l'entrée est complexe, effrayante pour qui n'est pas initié.

Comment aimer la littérature ou la montagne alors que tout peut être facile et virtuel ?

Comment aider les parents à donner envie aux enfants de se surpasser en lisant son premier roman ou en faisant sa première randonnée ?

Le projet "*Maison de la vie à la montagne du Grand-Bornand*" doit dépasser le discours théorique pour inviter les enfants à découvrir la montagne grâce à l'expérimentation et à la manipulation. Il contribuera au renouvellement de la clientèle en montagne à travers une approche douce de celle-ci.

Le projet "*Parc de la Lecture*" vise à donner le goût de la lecture en suscitant émotions et réflexions et en privilégiant une approche ludique en lien avec le territoire de montagne, et ce, par le biais de différentes pratiques.

A Morgex et au Grand-Bornand, il y a les mots comme point de départ ou d'arrivée... qui deviennent un moyen ou une finalité pour aller au-delà d'un discours théorique et scolaire pour découvrir une montagne vivante et généreuse.

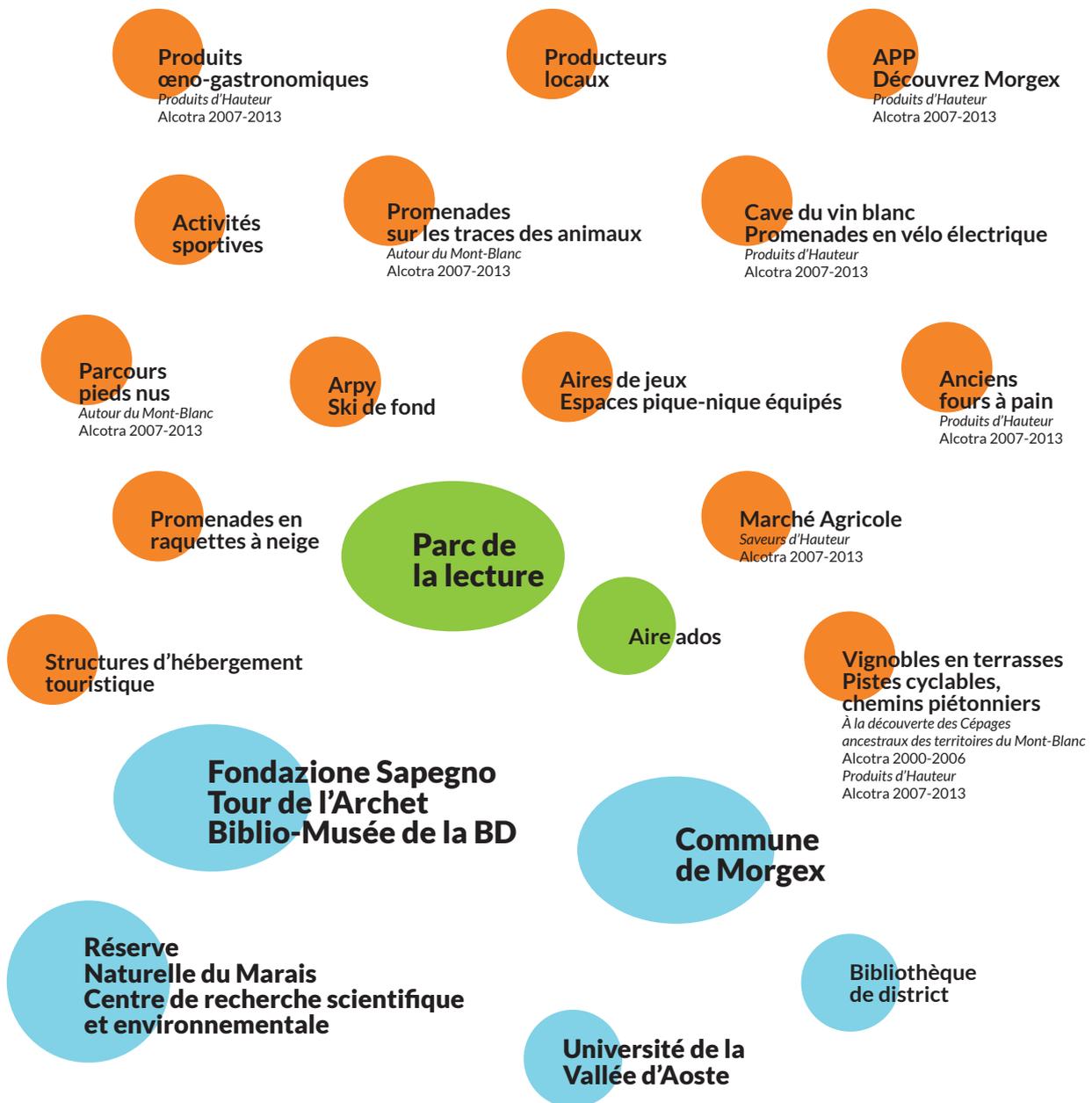
Le Parc de la Lecture : un parc pour toutes les saisons

Introduction

Un projet ancré dans une stratégie locale durable - Un projet structurant

La Commune de Morgex poursuit depuis plusieurs années une stratégie touristique qui mise sur la famille, et tout particulièrement sur les plus petits et les écoliers. De plus, les politiques communales portent une grande attention à la formation des jeunes et à l'accès à la culture pour tous. Le programme des activités estivales et hivernales associe en effet tradition (fêtes foraines, découverte des produits typiques et de leur production), nature (fêtes dans les vignobles, promenades historico-naturelles, balades en raquettes de neige) et culture (conférences littéraires, rencontres avec les écrivains, expositions d'art, etc.).

Plusieurs des aménagements ancrés dans cette stratégie d'offre touristique familiale ont été réalisés dans le cadre des précédents projets européens auxquels la Commune a pris part ; le projet **“Famille à la montagne”** permettra de les structurer, améliorant ainsi considérablement l'offre globale du territoire.





Présentation du projet

Un projet novateur : éducation à la lecture et textualisation du paysage

En participant au projet **“Famille à la montagne”** et en contribuant à la création du Parc de la Lecture de Morgex, la Fondazione Sapegno se propose de parcourir une nouvelle voie et d’expérimenter une nouvelle approche dans la lutte contre l’appauvrissement linguistique qui caractérise malheureusement les jeunes et les enfants. Cet appauvrissement linguistique comporte en effet souvent un appauvrissement émotionnel aussi et une incapacité interprétative et critique : lire peu (l’Italie est l’un des pays où l’on lit le moins) ne permet pas de s’exprimer correctement ni d’interpréter de façon articulée le monde environnant et ce qui nous arrive.

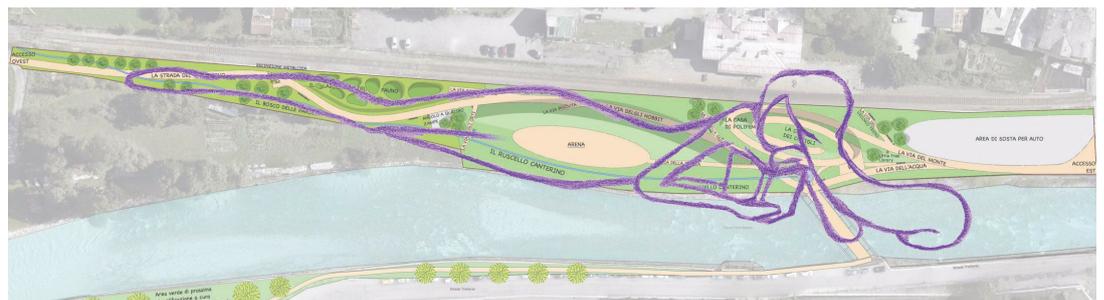
Par conséquent, le Parc de la Lecture n’est pas uniquement une aire de jeux, mais il représente tout d’abord une idée : celle d’une approche en douceur à un univers difficile, auquel on accède par un effort. Les différents éléments qui constituent le Parc sont ainsi autant d’éléments à lire, à interpréter, à conceptualiser : selon le point de vue duquel on l’observe (on le lit, on l’interprète), le pont sur le fleuve est par exemple un témoignage de l’histoire du village ; un exemple de récupération et valorisation de l’architecture industrielle ; un point d’observation privilégié sur le fleuve et le Mont-Blanc ; une agora sur l’eau, un point de rencontre des visiteurs du Parc ; un élément de passage entre le Parc et le village, qui devient – au sens figuré – un élément de passage entre l’immersion du lecteur dans une histoire et son retour à la réalité.

En tenant compte de cette dernière interprétation, on comprend bien que le Parc est aussi un exemple de « textualisation du paysage » : tout en conservant ses caractéristiques alpines, l’espace est modelé de façon à encourager et accompagner le processus de lecture en lui-même. Les différents éléments du Parc revêtent une valeur métaphorique : la colline sur laquelle il faut monter représente la nécessité d’un regard analytique, d’une vision globale, d’observer les choses d’en haut ; la grotte, dans laquelle il faut reconnaître des objets dans le noir, exprime la nécessité de ne pas s’arrêter à la surface, mais d’aller plus loin, de rechercher le sens le plus profond d’un texte (d’un paysage, d’un sentiment, ...) ; le labyrinthe est le symbole par excellence du lecteur, perdu dans l’intrigue d’un livre (de la vie), dont il cherche le sens ; le ‘ruisseau chanteur’, qui coule tout le long du Parc, représente le fil rouge de la narration, qui relie et raccorde tous les éléments.

Les noms assignés aux différents sentiers sont aussi des éléments de textualisation du paysage : ils se réfèrent à l’univers littéraire. La signalisation, les formes, les installations, qui par leur changement donnent un sens toujours nouveau au Parc, en soulignent le caractère métamorphique.

Les différents éléments du Parc : métaphore d’un organisme vivant

Comme tout organisme vivant, le Parc se compose de différents éléments qui en font une créature vivante et vivace : à partir de son cœur battant, **l’arène**, où se déroulent les ateliers, les spectacles, les projections, les animations, mais aussi des moments de rencontre, favorisant le partage de traditions, d’histoires et d’expériences, notamment celles des migrants présents sur le territoire ; de son âme, **le coin lecture**, où l’on peut goûter paisiblement, dans un havre de paix, au plaisir de la lecture, en retrouvant les livres mis à la disposition des visiteurs dans le ‘passe-livre’ ; de ses ‘entrailles’, **le labyrinthe**, où l’on éprouve le frisson des émotions ; de sa tête, **la colline**, où naissent les pensées ; jusqu’à son système nerveux, **le ruisseau chanteur**, qui la parcourt entièrement en reliant pensées et émotions.



Les installations

À l'intérieur du Parc seront présentes plusieurs installations conçues spécifiquement pour cette aire afin de la mettre en valeur et en harmonie avec l'idée fondamentale du projet, tout en encourageant au maximum l'inclusivité et l'accessibilité au Parc. En effet, les installations, choisies avec le support d'un spécialiste dans le domaine de l'inclusivité, sont à caractère ludique et favorisent l'expérimentation et l'implication des visiteurs.

Il s'agit en particulier de :

- **Formes** représentant les personnages d'un livre (le 'livre-guide') choisi tous les six mois comme pivot des lectures, des activités, des animations. Ces personnages présentent les jeux, montrent la voie à parcourir, etc.
- une **cloche** qui permettra la diffusion de sons évoquant le 'livre-guide' (et tout particulièrement les sons de l'environnement naturel) ;
- un petit **tunnel** sous la colline qui sera un espace sensoriel, dans lequel reconnaître des objets dans le noir et développer des jeux liés au toucher et à la mémoire ;
- un grand **jeu de l'oie**, avec des plaques interchangeables, qui permettra de suivre l'histoire du 'livre-guide' ;
- une **planche sensorielle** pour les plus petits, qui s'amuseront en jouant avec les lumières, les sons, les odeurs, etc. ;
- des grandes cases, représentant **une bande dessinée** avec des bulles vides, placées tout au long du parcours et sur le sommet de la colline, qui permettront aux visiteurs de prendre des photos en famille, de créer leur propre chorégraphie et leur propre histoire en ajoutant des mots à l'intérieur des bulles par le biais de l'APP 'Reportage Familles' (nom provisoire).



Gestion du Parc et ouvertures

La gestion et l'entretien du Parc seront assurés par la Commune de Morgex dans le cadre de l'entretien de ses espaces verts équipés.

Pendant les mois les plus froids (novembre-mars) l'horaire d'accès au Parc sera limité (10h-16h) ; il sera allongé au printemps (9h-18h) et à l'été (9h-20h), quand il y aura la possibilité de fréquenter le Parc le soir aussi, au cours des différents événements (projections, musique, théâtre en plein air etc.).

L'accès au Parc sera libre et gratuit. À la fin du projet on pourra demander une petite contribution aux visiteurs pour compenser les coûts d'entretien du Parc.

Les visiteurs pourront accéder librement aux installations et aux jeux. Des activités spécifiques sur réservation (ateliers, visites guidées, etc.) seront mises en place.

Un projet pour tous

Les visiteurs : analyse de la fréquentation du Parc

Le Parc de la Lecture, situé au centre du village de Morgex, à quelques pas de la Tour de l'Archet, et relié à la rue piétonne principale, est en mesure d'être un important pôle d'attractivité touristique, pour les familles et les groupes scolaires surtout, pour différentes raisons. Tout d'abord **l'accès au Parc est facile pour tous** :

- les sentiers ont été conçus pour assurer l'accès des poussettes et des fauteuils roulants à l'ensemble du Parc : tous les sentiers sont goudronnés, suffisamment larges et plans ;
- les installations et les jeux ont été choisis en songeant à les rendre le plus possible inclusifs ;

- qui n'habite pas Morgex trouvera d'amples parkings tout près du Parc ;
- les propriétaires de chiens (toujours plus nombreux et soucieux du bien-être de leur animal) pourront les laisser dans un coin *pet friendly*, tranquille, ombragé et clôturé du Parc.

En outre, le Parc de la Lecture sera fréquenté par **différents types d'usagers**, car il permettra une large gamme d'activités en son sein :

- il y aura d'abord les *lecteurs* : des 'initiés' (de tout âge) au monde de la lecture, qui trouveront dans le Parc un havre de paix où se réfugier pour lire en toute tranquillité dans un 'coin lecture' ombragé et silencieux. Ils y accéderont avec leur propre livre, mais ils pourront aussi bouquiner dans le 'passe-livre' et y trouver un livre qui leur conviendra. Ils pourront également partager leur bouquin (éventuellement avec quelques mots de commentaire) avec d'autres lecteurs, en le laissant dans le 'passe-livre' : le livre sera ainsi une sorte de bouteille à la mer contenant un plan pour atteindre une île mystérieuse, un nouveau univers à découvrir et interpréter...
- il y aura ensuite les *joueurs*, venus pour passer un moment ou une journée de plaisir. Ces personnes, et tout particulièrement les enfants, expérimenteront une approche douce et progressive au monde de la lecture, grâce à un parcours conçu pour leur faire reconstruire et vivre l'histoire du 'livre-guide' : ils entreront dans le récit en cherchant les indices cachés dans les installations et ils découvriront ainsi plusieurs aspects (à la fois importants et marginaux) du 'livre-guide' à travers des sons, des objets, des odeurs, des devinettes et des énigmes. Ce parcours – comme toutes les autres activités autour du livre – a pour but de donner l'envie de lire le 'livre-guide' (c'est pourquoi tous les textes seront captivants et très soignés), mais aussi, de façon plus générale, de **mettre en valeur la lecture comme activité essentielle d'interprétation de l'homme et du monde**.
- il y aura enfin les *promeneurs* : le Parc se trouvant dans une aire stratégique de raccord entre les espaces équipés de Morgex (la zone sportive, avec le parcours pieds nus, la piste cyclable qui conduit au Marais), il sera fréquenté aussi par des gens intéressés par la balade dans un parc paisible, agréable, soigné.

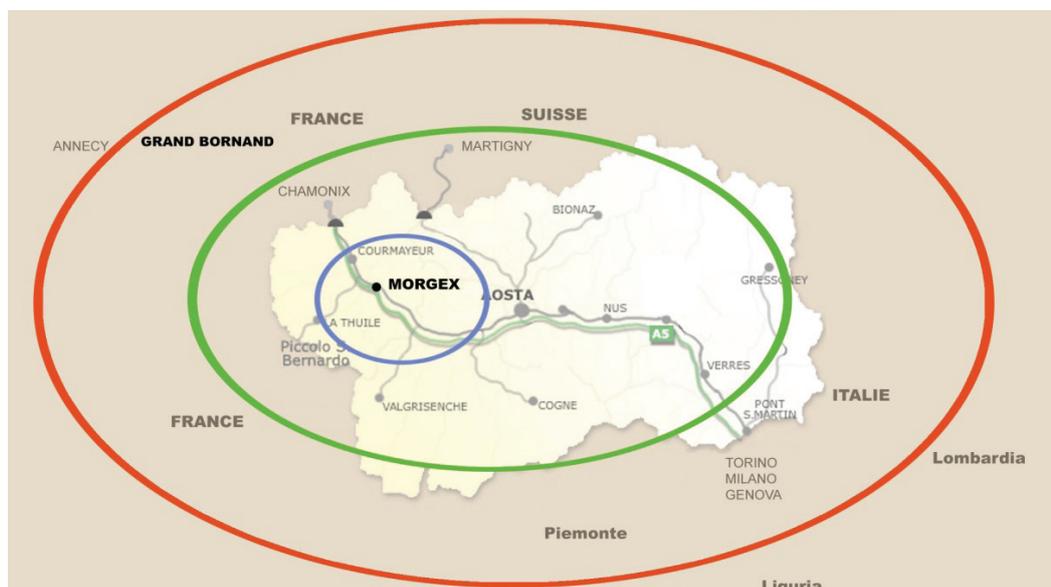


Le sociotype des visiteurs

- les familles
- les scolaires
- les groupes
- les touristes individuels
- les seniors
- les locaux



La provenance des visiteurs



de 15-20 minutes

de 40-70 minutes

de 100-140 minutes

Un projet partagé – un projet pétillant

Un portage collectif : implication de la population

La population, et tout d'abord les écoliers de Morgex, seront impliqués dès le début du projet par le sondage "Le Parc que je souhaiterais..." : par un questionnaire et des interviews on connaîtra les attentes de la population à l'égard de cette aire et on pourra ainsi améliorer le projet afin de rendre le parc un lieu cher aux habitants, qui sauront ainsi le mettre en valeur et le faire connaître aux visiteurs.

En outre, les 'livres-guides' seront choisis par un groupe de travail composé par les membres de la Fondazione Sapegno, des enseignants locaux, des pédagogues de l'Université de la Vallée d'Aoste. Ce groupe pourra demander l'avis d'experts de la promotion de la lecture (par ex. Associazione Hamelin – Bologna), d'acteurs, chanteurs, A.C.I., écrivains. On veillera à présenter des classiques de la littérature dans lesquels la nature, et la montagne en particulier, auront une place de choix afin de mieux développer la combinaison culture / nature. On veillera aussi à choisir des textes qui n'ont pas été excessivement exploités par l'industrie cinématographique pour que les enfants et, de façon plus générale, les visiteurs du Parc puissent déchaîner leur imagination avec plus de liberté.



Les activités à l'intérieur du Parc : une offre pédagogique de qualité

Grâce à l'expérience de la Fondazione Sapegno et au travail du Laboratoire Famille, toutes les activités proposées à l'intérieur du Parc (jeux libres à partir des installations, ateliers et sorties organisés) assureront une offre de haute qualité du point de vue pédagogique. Les enfants et leurs familles auront la possibilité d'apprendre des choses nouvelles tout en s'amusant : ils connaîtront en effet des mots, des personnages, des histoires, des sons nouveaux dans un milieu naturel riche en biodiversité.

Un projet en mouvement – un projet en crescendo

Des espaces modulables - Une adaptation au public

Les espaces du Parc ne sont pas figés et se prêtent à être utilisés de différentes façons : le Parc peut ainsi être un havre de paix pour les lecteurs, mais aussi un espace de jeux en famille. À l'occasion de l'événement famille ou lors des compétitions artistiques ou des visites scolaires le Parc deviendra le centre du village, rempli de sons et de couleurs. L'arène, assez grande pour accueillir une centaine de personnes et très accessible (il n'y aura pas de gradins mais une pente très douce), accueillera différents types d'activités, en s'adaptant au public : ateliers pour les plus petits, pièces théâtrales pour les familles, projections, concerts pour tous, fêtes (anniversaires des enfants, fin d'école, etc.).

Une adaptation aux saisons

Afin d'encourager une désaisonnalité des flux touristiques et de mieux s'intégrer dans l'offre scolaire au printemps et à l'automne, tous les six mois le Parc se renouvellera grâce au changement du 'livre-guide' autour duquel tournent les jeux, les activités pour les familles et les écoles, les animations, les installations. Tout ceci avec des coûts dérisoires, car les structures et les installations resteront les mêmes et seuls les contenus (sur des supports numériques ou des matériaux économiques) changeront.

Le Parc se caractérisera aussi par son environnement naturel : il s'agit en effet d'un parc fluvial, bâti tout au long de la Dora Baltea, dans lequel seront valorisés des arbres autochtones, qu'à l'automne déclineront un feuillage varié, mais aussi des fleurs et des plantes en mesure d'attirer de nombreux papillons et des libellules au printemps et à l'été. Les activités organisées à l'intérieur du Parc auront le but de faire découvrir cette aire sur les quatre saisons et de faire jouer au rythme de la nature : à l'été avec l'eau, à l'hiver avec la neige, à l'automne avec les pommes de pin et les feuilles, au printemps avec les fleurs et les herbes...

Gestion de l'obsolescence

L'un des principaux soucis de la municipalité a été, dès la première phase du projet, la gestion de l'obsolescence du Parc : l'important investissement nécessaire à la création du site doit en effet se révéler durable au fil du temps. Comme la situation géographique de la Commune comporte d'abondantes précipitations (pluie, neige), il est primordial de bien choisir les matériaux du mobilier (bancs, poubelles, ...) et des installations du Parc, en ayant recours, par exemple, à du plastique recyclé. En outre, dans un souci de réduction des coûts du maintien du vert mais aussi dans une démarche plus écologique, les arbres, les plantes et les fleurs seront autochtones et pérennes.

Un projet qui repose sur les hommes : dynamisation du territoire

Le projet se donne un objectif ambitieux : redynamiser le centre de Morgex, en y attirant plusieurs milliers de visiteurs par année, de tous les âges. Cela implique l'existence de différents services (de restauration, d'accueil, etc.) autour du Parc et la création de nouvelles professions aussi : comme c'est le cas au Grand-Bornand, où le festival a comporté la naissance d'acteurs et de professionnels du spectacle, on encouragera la naissance de différents types d'intervenants pour l'amélioration et l'élargissement de l'offre familiale (guides, animateurs, ...) du territoire.

Maison de la vie à la montagne

Un projet ancré dans une stratégie locale durable

La famille ... cette évidence

La famille est une cible privilégiée au Grand-Bornand depuis de nombreuses années. Au-delà du Festival de renommée mondiale qui cible la famille, André Perrillat, Maire du Grand-Bornand, a présidé pendant 5 années le club des p'tits montagnards pour le compte de l'Association Nationale des Maires de Stations de Montagne devenu en 2004 un label National, le label Famille Plus.

Le positionnement familles s'est traduit depuis plus de 20 ans par des investissements structurants comme la garderie du village et son centre de loisirs, le Club des p'tits montagnards pour les enfants de 3 à 12 ans est venu compléter cette offre en proposant une prise en charge et des animations sur le domaine skiable. Pour conforter la dimension familiale, une aire de jeux sur mesure privilégiant une approche inter-générationnelle permettant à petits et grands de jouer ensemble sera réalisée dans le village en 2016.

La conscience du passé et sa valorisation

Tandis que beaucoup de stations se sont délestées de leur patrimoine, Le Grand-Bornand a su faire des choix visionnaires et préserver les dimensions essentielles à un développement maîtrisé et durable dans lequel l'Homme a toute sa place. La dimension agricole a été préservée voire consolidée pour vivre en complémentarité d'un développement touristique raisonné.

La transmission

Au Grand-Bornand, la transmission est une dimension essentielle qui se traduit dans tous les investissements et actions menés depuis de nombreuses années. Cette transmission trouve sa place dans la Maison du patrimoine où les bénévoles racontent avec passion la vie quotidienne, dans l'école où le berger s'invite pour parler de sa vie en alpage ou encore plus récemment également sur les murs de la commune à travers la réalisation d'une fresque en hommage au dessinateur Cabu tué lors des attentats de « Charlie Hebdo » le 7 janvier 2015.

Un projet structurant

Une offre montagne à révéler

De nombreuses offres existent à ce jour au Grand-Bornand. La plaine du Borne, située au cœur de la commune, réunit de nombreuses activités l'été comme des petites voitures, un mini-golf, du poney, des tennis, des aires de jeux, la piscine ou encore le trampoline. Ces offres se retrouvent dans bon nombre de stations voire de communes urbaines. Il n'est pas rare que ces dernières consomment des activités



« urbaines » faute de comprendre le territoire et ses possibles. Si l'offre d'activités « urbaines » est relativement concentrée autour de la Plaine du Borne, l'offre nature et patrimoniale est quant à elle diffuse et peu identifiable. Ainsi, si la montagne est visible, elle peut paraître difficile d'accès voire inatteignable. Elles sont partout possibles mais invisibles à la fois. Elles se pratiquent plus haut, plus loin. Ainsi, si l'intention première des familles est la découverte de la montagne, la réalité de leur quotidien en est souvent très éloignée.



Une offre diffuse à structurer

Le positionnement de la Maison doit être complémentaire à la fois de la maison du patrimoine, de la maison de l'enfance, du Club Arlequin, de la bibliothèque, de la maison des p'tits montagnards et des nombreux stages sportifs organisés au Grand-Bornand été comme hiver.

Pour s'inscrire dans une complémentarité, il s'agira de proposer un lieu de partage et d'expression pour toute la famille mais il s'agira également de proposer sans nécessairement un engagement sur la semaine des ateliers, des animations ou activités ponctuels sur des tranches d'âge peu prises en compte.

Une offre de qualité inégale

L'offre à destination des familles est de qualité inégale car portée par de nombreux prestataires aux motivations différentes. La saisonnalité de certaines activités ne permet pas d'investir constamment dans une remise à niveau de la prestation ou de la communication. Ainsi, l'enjeu est de favoriser une montée en gamme des services à la famille encouragée par la structuration et la commercialisation de l'offre. Les offres en montagne sont souvent portées par des travailleurs indépendants ou des TPE qui n'ont pas l'occasion d'échanger, de travailler en coopération et donc de confronter leur pratique. L'enjeu est donc de favoriser la coopération entre prestataires à travers la mise en place de produits journée combinés permettant un traitement thématique cohérent.

Il s'agira de former les prestataires au marketing de cibles et de mutualiser des outils pédagogiques ou de communication. Le manque de temps induit souvent des pratiques maladroites : un seul document a pour vocation de s'adresser à tous les publics alors qu'un public d'autocaristes aura des problématiques relatives au déplacement tandis qu'une classe de maternelle aura pour préoccupations de « coller » aux programmes scolaires.

Et pourtant ... une attente forte des familles

La recherche d'offres pédagogiques de qualité

La quête de sens

Choisir une station village, c'est faire le choix de l'authenticité de tous les instants et non d'une authenticité pré fabriquée ! La quête de sens est aujourd'hui très prégnante et il s'agit de pouvoir disposer des ressources pour transmettre à ses enfants certaines valeurs portées par la montagne réelles ou fantasmées.

Le nécessaire retour sur investissement

Il y a souvent de la part des parents une attente « cachée » : celle que toute forme de loisirs fasse l'objet d'acquisitions d'une technique ou de savoirs. Ainsi, la rentabilité éducative est une préoccupation souvent inavouable mais bien réelle.

D'une offre ponctuelle à une offre pérenne

Le festival « Au bonheur des mômes » génère des attentes fortes qui doivent se traduire par une offre pérenne. Les visiteurs pensent retrouver toute l'année ce positionnement famille. Cela suppose une offre pérenne et des nouveaux produits s'inscrivant dans une continuité d'esprit et de positionnement.

La recherche d'offres satisfaisantes pour les tout-petits

Pour les petits touristes

Depuis 10 années, le cabinet Cimbô Conseils assure le suivi de la qualité pour toutes les stations labellisées Famille Plus. La principale observation est la suivante, il existe une réelle insatisfaction des familles avec enfants de moins de 2 à 6 ans qui considèrent qu'ils manquent des propositions d'animations, de promenades, ou d'ateliers en cas de pluie ou de froid notamment.



Pour les enfants du pays

Un rapprochement entre la maison de la nature et de l'enfance permettrait de proposer aux enfants de 2/3 ans un projet autour de la nature (jardin potager, soigner les animaux...) et pour tous les parents qui gardent leurs enfants auprès d'eux de proposer toute l'année une vraie programmation à destination de ce public souvent délaissé. L'objectif est d'offrir un fonctionnement souple et non engageant dans la durée complémentaire d'une inscription à une garderie.

Un projet innovant

Le projet a pour objectifs de replacer la vie à la montagne au cœur de la stratégie touristique et non plus comme un « à côté » valorisé à la marge.

Un projet favorisant de nouvelles formes de transmission

La transmission directe

La recherche d'expériences sincères et pleines de sens est au cœur des préoccupations des clients. Le choix est que cette attente se traduise par un projet où la transmission ne fait pas l'objet d'une médiation artificielle basée sur un savoir théorique et non ancrée dans le réel. Il s'agit donc de connecter celui qui vit une situation avec celui qui souhaite comprendre et découvrir comment l'autre vit. Tout l'enjeu est donc que nous ne soyons pas dans la reconstitution d'une montagne fantasmée mais dans la découverte d'une montagne bien réelle où la technologie cohabite avec la tradition.

La coopération

Ce projet souhaite favoriser la mise en relation avec les habitants et professionnels mais également susciter des rencontres entre les enfants et les parents. Les choix en termes de jeux, d'activités ludiques, d'ateliers viseront à favoriser ces liens. La coopération sera au cœur de la réflexion pour chacun des espaces de la Maison. Elle se traduira pour ne citer qu'un exemple par la construction collective d'un chalet bornandin. Les enfants devront par une distribution des rôles, d'une compréhension collective des consignes assembler un chalet. Ils se transformeront le temps de cet atelier en charpentier et pourront ensemble se réjouir célébrer l'aboutissement de ce projet collectif.

La créativité

La Maison doit être un lieu favorisant la créativité autour de la thématique de la vie à la montagne. Chaque acteur de la commune contribue à cette innovation. Cela se traduit par exemple par la réalisation dans le cadre de ce projet d'un « stage petit alpagiste » avec une vraie mise en situation de montée en alpage avec toutes les contraintes de déplacement et d'organisation. Ce projet nécessitera de la coopération entre les enfants et une compréhension des enjeux et des choix qu'il faudra faire. Cette créativité pourra se traduire par des professionnels en résidence qui pourront développer des thématiques sur le plus long terme avec des scolaires du village par exemple.

Le projet : éléments fondateurs

Tout l'enjeu est que la montagne à travers une porte d'entrée lisible puisse être replacée au cœur d'une commune où l'agriculture de montagne et la nature ont une place prépondérante. Il s'agit que l'Homme et la montagne redeviennent au cœur de l'offre du Grand-Bornand et les offres « urbaines » des satellites d'une offre solide et structurée.

Le cœur du projet se trouve dans l'aménagement d'un chalet traditionnel en lieu de transmission des savoirs et des traditions. Le projet a pour objectifs la valorisation et la mise en cohérence d'une offre nature à l'échelle du Grand-Bornand.

L'enjeu est de créer un lieu de lien entre :

- Le passé et le présent
 - Le bas et le haut
 - L'agriculture et le tourisme
 - Et plus largement entre la Nature et la Culture
- ... tout en plaçant l'Homme au cœur de ce projet.

Le projet a aussi pour objectif de susciter de nouvelles pratiques, de nouveaux produits.

La maison comme porte d'entrée et de sortie

Cette maison de la vie à la montagne ne saurait être un lieu d'interprétation de plus. Il s'agit pour ce projet de jouer avec des contraintes et des contradictions évidentes : une parole scientifique que nous nous devons de respecter dans un espace contraint qui ne nous permet pas de tout dire, des familles qui sont venues pour vivre cette montagne qu'elles ont choisi pour leur vacances, des enseignants qui veulent donner du sens aux apprentissages en offrant une dimension concrète et hors les murs aux apports théoriques.

Camp de base

Tout l'enjeu de ce projet est de connecter la montagne et le village. La maison pourrait jouer une fonction de camp de base où il est possible de s'arrêter, de découvrir, d'expérimenter, de partager avec ceux qui font la montagne. La maison peut jouer ce rôle de passeur invitant les touristes à faire cette halte pour mieux ensuite s'aventurer plus loin afin que la phrase « je pars à la montagne » trouve tout son sens.

Lieu de réassurance

La Maison peut jouer ce rôle d'une unité de lieu permettant aux visiteurs d'avoir accès à toutes les facettes de la vie à la montagne. Un interlocuteur unique qui connaît les propositions rassure et la connaissance et la maîtrise de l'offre liée à la vie à la montagne ent favorisent l'élaboration de propositions à forte valeur ajoutée pédagogique. Au-delà de la cohérence de traitement du savoir et des propositions qui pourront être faites, l'objectif est bien de faciliter l'accès à un milieu perçu par beaucoup comme hostile. Sur le principe de « Vous avez aimé... vous aimerez aussi », il s'agira d'encourager les visiteurs à poursuivre leur découverte à travers d'autres visites ou sorties sur des thèmes différents.

Lieu d'échanges



Dans une maison, il y a tout d'abord des hôtes qui ont envie de partager leur savoir, leurs anecdotes, leur passé, leur vie quotidienne. Ce sont les professionnels : agriculteurs, bergers, charpentiers, menuisiers, moniteur, secouriste, accompagnateur, ce sont aussi les passionnés qui peuvent être des cueilleurs de plantes, des conteurs ou encore des passeurs d'un patrimoine ancestral et vivant...

Dans une maison, il y a ensuite les invités qui viendront seuls ou en groupe découvrir les nombreuses facettes de cette vie à la montagne.

Tout l'enjeu est que le lieu trouve son ancrage dans ce subtil équilibre entre la valorisation d'une vie à la montagne riche de sens et d'enseignements et une communication et un parti pris pédagogique alternatif proposant des espaces complémentaires où la manipulation et l'expérimentation ont toute sa place.

Lieu d'expression des compétences



Le projet peut compter sur de nombreuses compétences variées qui pourront intervenir, participer et proposer des ateliers, des événements, des animations sur des thématiques en lien avec la nature et le patrimoine. Ce projet trouve son sens par la richesse des interactions et des échanges qui replacera la montagne au cœur de séjour. L'engouement des habitants et professionnels montre que ce lieu répond à un besoin touristique mais également local. Des professionnels plus éloignés se sont également manifestés pour participer à ce projet fédérateur.

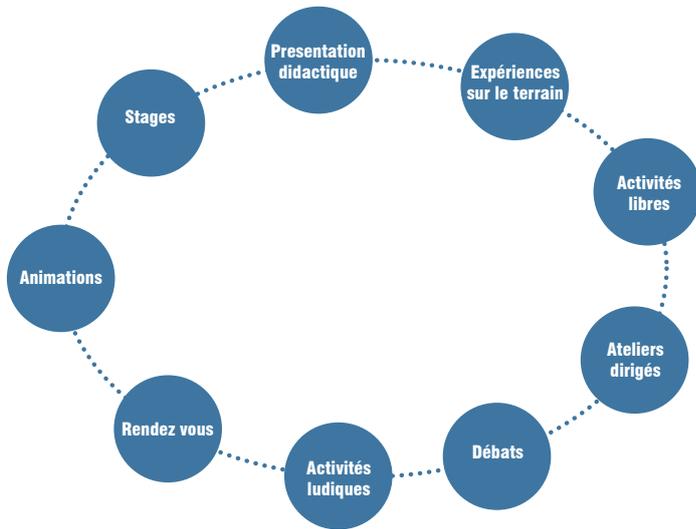
Lieu modulable

Un lieu vivant dans un monde qui bouge doit permettre aux espaces de s'adapter aux initiatives, au public et au temps. L'importance de ce projet est d'aménager des espaces modulables. On ne saurait concevoir un lieu vivant dans un espace figé.

Lieu vivant les 4 saisons

La maison est un lieu vivant qui devra adapter son offre à la saison et à une clientèle aux attentes très différentes l'été et l'hiver. Proche de la piste de luge et du ski nordique l'hiver, la maison doit intégrer cette composante et les attentes des familles qui fréquenteront ce secteur. Ainsi, ils viendront chercher une

activité intérieure complémentaire d'une activité dans le froid. Une ambiance « cosy » sera privilégiée. Les familles avec de jeunes enfants pourront donc faire un atelier avec leur tout petit, jouer sur la thématique de la montagne, raconter des histoires, regarder un film sur la vie à la montagne ou encore boire un chocolat chaud tout en réservant une balade « ma première sortie en raquettes » pour les tout-petits. Les espaces extérieurs du chalet seront quant à eux dédiés à des jeux de glisse et de tracteurs, de pelles et de seaux... Les propositions l'été seront plus tournées vers l'extérieur et les espaces « cosy » se déclineront aux abords de la maison permettant ainsi de réinvestir les espaces intérieurs.

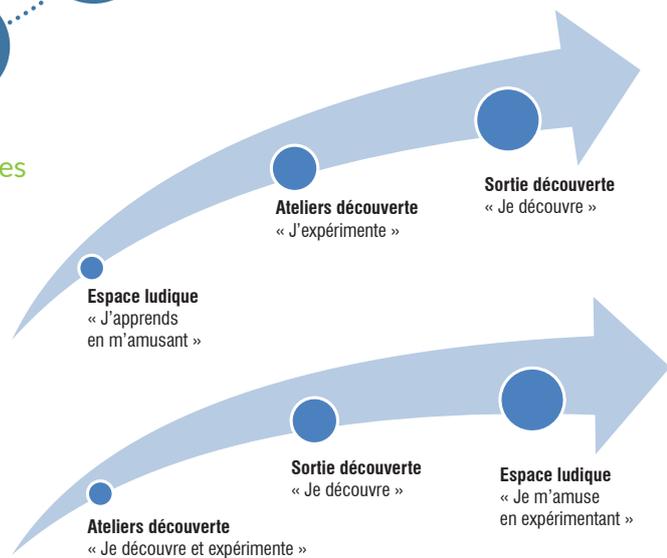


Le projet : le concept

Un lieu, des offres pour toute la famille

À partir des offres identifiées et des expériences de chacun, il s'agit de fédérer les offres actuelles en les structurant et en renforçant les actions de chacun. Il est important d'avoir à l'esprit que cette maison est un lieu de vie où il est possible de rentrer et de sortir sans contraintes.

Des portes d'entrée variées



La création d'univers 4 univers intérieurs

Univers d'invitation à la découverte (j'entre et je sors)

Cet univers d'invitation à la découverte doit se traduire par des aménagements extérieurs invitant le visiteur à s'approcher. Les premiers aménagements doivent permettre de comprendre l'esprit du lieu : ce n'est pas un musée, ce n'est pas une aire de jeux, c'est un lieu de transmission, d'expériences, de partages et de découvertes.

Univers didactique

La Maison est centrée sur l'homme : l'homme comme porteur d'un savoir-faire, d'une histoire, témoin d'un passé. Les intentions se rapprocheraient fortement des approches anglo-saxonnes qui partent de l'homme pour parler d'un objet.

Univers de transmission

Des ateliers sont donc organisés sur des formats propres aux thématiques abordées. Ils peuvent s'adresser à toute la famille, aux enfants ou aux adultes seulement. Une salle est dédiée à ces ateliers. L'ambiance de ce lieu doit être chaleureuse, conviviale et permettre de stocker le matériel pour chacun des ateliers.

Univers bien-être

La première salle avec cheminée peut être un espace de lecture et de jeux calme. Espace au coin du feu pour attendre le randonneur qui est parti ou celui qui fait un atelier. Des espaces doivent permettre aux « séniors » de se reposer de leur statut de grands-parents. Des espaces de convivialité doivent leur permettre de jouer et de partager un bon moment grâce à des aménagements confortables.

3 univers extérieurs



Espace extérieur chaleureux. Compréhension lisible des espaces. Ces espaces doivent permettre aux enfants de jouer avec d'autres enfants et aux adultes de sympathiser avec d'autres. C'est un espace de découverte et de bien être.

Univers de découverte de la vie à la ferme

Un univers doit permettre aux enfants de s'immerger dans la vie d'une ferme. De petits enclos avec des animaux, un jardin potager, des allées pour le tracteur, des outils pour le travail, des ateliers de transformation contribueront à donner l'esprit de la Maison dès l'arrivée sur le site.

Univers d'expérimentation et de coopération

Cet espace est dédié à l'expérimentation à travers des mises en situation comme la fabrication d'un chalet, la découverte du cycle de l'eau à travers des jeux d'eau ou encore la mise à disposition de jeux coopératifs.

Univers de bien-être

Des espaces avec des tables, des chaises longues permettront aux parents de passer un bon moment dans cet espace. Une tente à lire pourra permettre aux parents et aux enfants de partager un moment de détente. Une cabane à goûters viendra compléter cette offre.



Le marché

Les cibles identifiées

Tout l'enjeu sera de répondre à des attentes multiples voire contradictoires. Il ne s'agit pas d'opposer les publics ni les âges mais de travailler à des réponses adaptées à des publics aux motivations et aux spécificités différentes.

Fonctionnement

Les familles sont en vacances et sont tributaires des rythmes de chacun. Il s'agira donc de développer des activités accessibles à tout moment sans inscription et des activités plus cadrées mais dont l'engagement reste très mesuré.

Il existe une programmation de base permanente composée d'ateliers, de sorties et de la projection d'un documentaire. L'expérience du festival montre que les ateliers sont très prisés par les familles. En fonction du succès de ces ateliers, une augmentation du nombre d'ateliers sera possible. Une observation fine des pratiques et des retours d'expériences seront essentiels afin d'affiner et de progresser dans la programmation. Concernant les sorties, il existe un socle permanent de sorties proposées aux familles sur lequel se grefferont d'autres propositions.

Fermeture annuelle

Fermeture du 26 août au 10 septembre et du 10 novembre au 15 décembre soit 7 semaines /an.

WP4 - Offre touristique spécifique

L'objectif spécifique du projet est que les territoires intéressés passent d'une stratégie touristique diffuse à un système d'offre touristique structurée et intégrée, axée sur la dualité nature/culture, en faveur d'une cible bien identifiée : la famille, dans son ensemble et dans ses différentes composantes, prenant en compte les jeunes enfants.

Cela demande :

- la mise en place d'un programme d'activités favorisant la découverte et l'interprétation du patrimoine naturel et culturel, la rencontre des touristes avec les habitants du territoire ;
- la formation et l'accompagnement des opérateurs touristiques ;
- la réalisation d'événements et d'activités promotionnelles qui impliquent l'ensemble de la population.

À cette fin, le WP prévoit les activités suivantes : Laboratoire Famille - Offre touristique, Semaine Famille test entre nature et culture, Ateliers Famille 4 saisons, Offre famille - structuration et Événements famille. Suivent les Focus d'approfondissement sur : Ateliers famille 4 saisons, Activités pour les écoles, Echanges de classes, Semaine famille test entre nature et culture, Événement famille, Activités autour du livre, Formation.

La formation des opérateurs des offices du tourisme et des professionnels de l'accueil se déroulera en France et en Italie de la même façon au cours de la première et de la troisième année du projet. Les contenus, suite à l'expérience acquise sur le terrain lors de la première année et de l'évaluation des données au sein du Laboratoire Famille, seront mis à jour pour les travaux de la deuxième et de la troisième année.



Focus Ateliers famille 4 saisons

Des deux côtés sera mise en place une offre famille 4 saisons, c'est-à-dire un programme d'activités conçues pour faire vivre aux familles des moments de complicité, tout en apprenant à connaître la montagne et ses caractéristiques. Le calendrier des ateliers visera à encourager une présence du tourisme familial sur les quatre saisons : plusieurs activités seront en effet réalisées au printemps et à l'automne et permettront aux familles de profiter de la floraison printanière et des couleurs automnales.

Lors du démarrage du projet, les ateliers débiteront par une phase beta de test afin de les promouvoir aussi bien que de les expérimenter et de les améliorer grâce aux suggestions des bénéficiaires, qui s'engageront à compléter des questionnaires, à raconter leur expérience via les réseaux sociaux, à prendre part au tournage de la vidéo transfrontalière, à donner leur avis, à laisser leur contact, etc.

Grâce au support de spécialistes externes, on veillera toujours :

- à créer des ateliers le plus possible inclusifs, en demandant aux intervenants d'être en mesure de tenir leur animation en deux langues au minimum ou de prévoir l'utilisation de plusieurs sens ;
- à faire passer de façon ludique des notions concrètes d'éducation environnementale, à partir d'ateliers qui permettent de donner une nouvelle vie à des matériaux recyclés/recyclables ;
- à faire connaître les produits d'excellence du territoire et à encourager l'utilisation de produits locaux ('zéro kilomètre').

À **Morgex** seront proposés des forfaits - week end et, l'été, des forfaits - semaine aussi (avec adhésion facultative). Les formules comprendront toujours un moment de découverte environnementale organisé par le Centre du Marais et un moment de réinterprétation artistique de ce qui a été observé/recueilli en nature (création de BD, petites histoires illustrées, petites pièces de théâtre...). Il y aura également un atelier consacré à la valorisation du livre et de la lecture, à la stimulation de l'imaginaire des enfants à travers des histoires et des contes autour du 'livre-guide' choisi pour le semestre (jeux autour de la création d'un ouvrage, avec les mots, les dessins, construction de masques et marionnettes, voyage dans les genres littéraires, ...).

Au **Grand-Bornand**, la Maison de la vie à la montagne sera conçue autour de quatre univers intérieurs dédiés aux familles : un univers d'invitation à la découverte (espace d'accueil et d'information), un univers didactique (lieu d'exposition), un univers de transmission et d'échange (ateliers, débats, rendez-vous), un univers de détente (lecture, jeux thématiques). Quatre autres univers, à l'extérieur, compléteront cette offre : un univers d'expérimentation (stages du petit fermier et du petit alpagiste), un univers de coopération (ateliers des petits charpentiers et des petits potagistes), un univers de pause plaisir (cabane à goûter et chaises longues), et un univers d'initiation et d'exploration (animaux, fleurs et légumes, étages de la végétation, cycle de l'eau). Conçue comme un lieu ressource, une porte d'entrée sur le territoire, la Maison renverra en outre sur de nombreux prestataires dont le point commun sera d'apprendre en découvrant, en expérimentant, ou en s'amusant.



Focus Activités pour les écoles

Tout au long du projet plusieurs activités pour les écoles seront mises en place, en tenant compte des objectifs des sorties scolaires : « *L'école est le lieu d'acquisition des savoirs. Elle est ouverte sur le monde qui l'entoure. C'est pourquoi les enseignant(e)s organisent des activités à l'extérieur de l'école. Les sorties scolaires contribuent à donner du sens aux apprentissages en favorisant le contact direct avec l'environnement naturel ou culturel, avec des acteurs dans leur milieu de travail, avec des œuvres originales... Les supports documentaires, papier ou multimédia aussi précieux soient-ils, ne suscitent ni la même émotion, ni les mêmes découvertes. Les sorties concourent ainsi à faire évoluer les représentations des apprentissages scolaires en les confrontant avec la réalité* » (Extrait de la circulaire 99-136 du 21 septembre 1999, Organisation des sorties scolaires dans les écoles maternelles et élémentaires publiques).

Tout l'enjeu sera donc de proposer des activités cohérentes avec les programmes scolaires, qui permettent aux enfants de mieux retenir les informations acquises à l'école, de les expérimenter, de les développer, de les placer dans leur contexte, de les utiliser pour atteindre un objectif.

À **Morgex** seront organisées, selon l'âge des participants, des chasses au trésor sur l'ensemble du territoire et des espaces équipés de Morgex (Parc de la Lecture, Tour de l'Archet, Réserve du Marais, centre historique, vignobles et aires vertes). Les indices fournis, en différentes langues, seront souvent liés au 'livre-guide' et permettront aux enfants de se déplacer sur un territoire nouveau et d'en découvrir les caractéristiques.

Aux enfants valdôtains, et à ceux de la Valdigne en particulier, sera proposée une activité plus régulière, afin de les faire entrer en contact avec les espèces animales et végétales présentes et leur faire connaître le milieu environnant par des sorties organisées par le Centre du Marais. La Fondazione soignera une réinterprétation artistique et littéraire des connaissances acquises, par le biais d'histoires, de bandes dessinées, de pièces de théâtre à partager avec l'ensemble de la population qui sera ainsi mise en contact elle aussi avec les animaux, les espèces végétales, les écosystèmes du territoire.

Malheureusement la sortie est souvent le moment où les enfants porteurs d'handicap sont invités à rester chez eux, car on ne sait pas comment les gérer en dehors de l'école : un expert nous permettra au contraire de mettre en place des activités adaptées aux types d'handicap spécifiques présents dans les classes, afin que la sortie soit un moment de partage et d'enrichissement pour tous.

Au **Grand-Bornand**, la Maison de la vie à la montagne offrira un réel support pédagogique aux enseignants pour préparer une sortie scolaire thématique à la journée, ou en faire un projet de classe de découverte en séjour à la semaine. Par la diversité des univers dédiés aux enfants dès le plus jeune âge et des activités mises à leur portée, la Maison pourra en outre accueillir ceux inscrits à la maison de l'enfance (crèche, halte-garderie, centre de loisirs sans hébergement), que leurs parents habitent au Grand-Bornand ou qu'ils y viennent en week-end ou en vacances. Par ailleurs, sur la Commune sont établis sept centres accueillant pendant les congés scolaires des colonies de vacances, qui trouveront, au sein de la Maison, des connaissances et des expériences et qui feront des rencontres dont ils tireront profit sur l'année scolaire. Il est enfin prévu une mise en accessibilité de la ferme traditionnelle, permettant d'accueillir les enfants handicapés présents dans les classes.



Focus Échanges de classes

Tout au long du projet, il sera primordial d'impliquer la population sur plusieurs niveaux pour que la valorisation du territoire devienne réellement le pivot du développement local : en effet, la meilleure promotion d'un territoire est faite par les gens qui y habitent et qui l'aiment. L'enjeu est donc de sensibiliser les résidents, et ce à partir de leur plus jeune âge, à la connaissance et à la jouissance de leur propre patrimoine – culturel, naturel, historique, architectural, œno-gastronomique. Les 8 échanges de classes (d'une journée chacun) des écoles primaires de Morgex et du Grand-Bornand ont précisément ce but : ce seront les enfants de Morgex qui serviront de guides à leurs copains du Grand-Bo, et vice-versa. Afin de rendre cette rencontre plus coopérative, elle sera préparée par des rencontres en visio-conférence. En outre, il ne s'agira pas d'une visite

guidée classique, mais d'un moment de jeu et de partage : les enfants seront divisés en équipes mixtes (franco-italiennes) et devront retrouver des indices sur le territoire à partir de la lecture d'un même livre. Ils découvriront ainsi de façon ludique et coopérative les différentes facettes du village, de son histoire, de son environnement, et leurs parents et proches les découvriront aussi par les photos prises par les enfants : c'est une façon très efficace de rapprocher les gens du patrimoine, comme le démontre bien le projet des "invasioni digitali" auquel la Fondazione Sapegno a participé en 2015.



Focus Semaine famille test entre nature et culture

Au début du mois de juillet de chaque année est prévue, des deux côtés, une semaine test pour expérimenter l'offre famille mise en place à Morgex et au Grand-Bornand. Les familles pourront donc profiter gratuitement des différents ateliers, laboratoires, sorties etc. et découvrir toutes les facettes des deux pôles : les randonnées, les visites de ferme, la lecture d'histoires en lien avec la montagne, la rencontre des habitants et de leurs traditions.

En échange il leur sera demandé de donner leur avis, de participer au tournage de la vidéo transfrontalière et de collaborer ainsi à la mise en place d'une offre toujours plus captivante et attrayante. Tous les intervenants sur les deux pôles seront invités à participer et à proposer leurs activités, de sorte que, grâce aux suggestions des participants, il sera possible de vérifier et éventuellement recalibrer globalement l'offre famille. La semaine test permettra sur les deux côtés de valider la structuration même des espaces du Parc de la Lecture et de la Maison de la vie à la montagne. Il s'agit en effet de mesurer l'intérêt du concept pour les familles et d'apporter les développements et les actions correctives nécessaires tant d'un point de vue des contenus que d'un point de vue de l'organisation.

Cette semaine sera programmée au début du mois de juillet permettant ainsi de créer un temps fort en début de saison d'été. Des packages hébergements + semaine test pourront être commercialisés.

À Morgex sera organisée une chasse au trésor conçue pour faire passer un bon moment de jeu en famille tout en promouvant la connaissance du territoire. Les familles apprendront aussi à recycler des matériaux et à les transformer en objets d'art et en livres ; écouteront des histoires et en produiront des nouvelles, par le biais des grandes cases du Parc et de l'APP « Reportage Famille » ; se promèneront à pieds ou en vélo électrique dans les vignobles et les parents goûteront au célèbre vin blanc de Morgex et La Salle, pendant que les enfants joueront dans le Parc ou observeront des animaux au Marais. Lors de la semaine-test il sera également possible de suivre l'évolution du travail de cinq jeunes artistes (sculpteurs, peintres, dessinateurs, ...), qui participeront à une compétition artistique sur cinq jours et produiront une œuvre qui sera installée à l'intérieur du Parc, à la Tour de l'Archet ou bien au Marais.



Focus Événements famille

Afin de créer un nouveau 'moment fort' pendant une période de faible fréquentation touristique, mais aussi de faire découvrir les deux territoires d'une façon nouvelle à un nouveau public, ont été prévus deux événements différents, qui comportent toutefois un échange intense de compétences entre les partenaires du projet.

Il s'agira à **Morgex** de tirer un enseignement et bénéficier du transfert des compétences et d'expériences acquises lors du festival 'au bonheur des mômes', que Le Grand-Bornand organise depuis 25 ans (en arrivant à attirer sur la semaine du festival 80.000 personnes), pour lancer son propre événement : *Cosplay à la montagne* - une fête pour tous. Compte tenu de la présence du Biblio-Musée de la BD, on promouvra l'organisation d'un weekend 'cosplay', avec un défilé des masques et la remise de prix spécifiques pour la meilleure mise en scène familiale ('cosplay en famille') et pour le masque littéraire le plus réussi ('cosplay littérature'). Les rues de Morgex se rempliront de musiques, de couleurs, de produits locaux à déguster. Le deuxième jour est prévue une grande chasse au trésor pour les familles (expérimentée et perfectionnée lors de la

semaine-test), qui aura pour buts l'animation et la découverte de l'ensemble du territoire. La population sera très impliquée, comme il arrive déjà lors de "Una Morgex per giocare": une journée au cours de laquelle tout le village est fermé aux voitures et les enfants trouvent partout des postes de jeux animés par les bénévoles et les jeunes de Morgex. Les magasins, les fermes, les structures d'hébergement conserveront des 'traces' de cet événement (masques, costumes, livres, ...) de façon à en faire la publicité gratuitement tout au long de l'année.

Il s'agira au **Grand-Bornand** de bénéficier des apports scientifiques de la Fondazione Sapegno et de l'Université de la Vallée d'Aoste lors d'une journée de colloque autour de la question des pédagogies innovantes au service de la découverte de la montagne/lecture. L'expertise du Grand-Bornand en matière d'accueil des familles, le travail du Laboratoire Famille au sein du projet, la collaboration avec les partenaires italiens permettront en effet de réunir des théoriciens et des praticiens (mais également des professionnels de la petite enfance qui ont envie de donner du sens aux apprentissages en reconnectant les enfants à leur milieu naturel) autour d'une réflexion scientifique et innovante, qui permettra de travailler à la transposabilité du projet "**Famille à la montagne**" sur d'autres territoires grâce à une observation scientifique des actions menées : Quelle pédagogie de la découverte? Quelles actions menées pour fidéliser les familles avec de jeunes enfants à aimer la montagne même si elle demande des efforts?



Focus Activités autour du livre

Selon Irina Bokova, directrice générale de l'Unesco, « La culture façonne notre identité ; elle est un moyen de promotion de la tolérance entre les personnes ; elle offre aussi la possibilité de créer des emplois et d'améliorer la vie des gens ». C'est pourquoi le projet "**Famille à la montagne**" ne mise pas uniquement sur la promotion de l'environnement d'exception dont bénéficient Morgex et Le Grand-Bornand, mais sur la combinaison de nature et culture. Une culture qui est celle propre des lieux, mais aussi la culture qui a façonné tout au long des siècles notre identité européenne, nos valeurs, nos modes de vivre ensemble.

À Morgex seront organisées plusieurs activités autour du livre et de la lecture, à l'intérieur du Parc de la Lecture, de la Tour de l'Archet (avec son Biblio-Musée de la BD et sa précieuse bibliothèque littéraire), de la Bibliothèque de discript, du Centre du Marais. Les enfants du village participeront à des laboratoires de théâtre réalisés à partir du 'livre-guide' choisi pour le semestre, qu'ils présenteront à l'ensemble de la population par une pièce théâtrale. Les ados seront impliqués grâce à l'organisation d'un concours d'écriture ou de dessin humoristique, à partir de l'expérience de l'Association "Scrivere con gioia" (écrire avec joie), qui a mobilisé pendant huit ans tous les collèges valdôtains et a déposé ses archives auprès de la Fondazione Sapegno en 2015. L'ensemble de la population et des touristes pourra enfin profiter des lectures animées par des musiciens et des acteurs à l'intérieur du Parc ou de la Réserve du Marais. De plus, les gens pourront rencontrer des écrivains, des dessinateurs, des A.C.I. et percer davantage les mystères de la création et de la naissance des œuvres d'art.

Les 'livres-guides' seront choisis afin d'encourager le respect et la connaissance d'autrui, le partage, la coopération, l'inclusion, le respect et la connaissance de l'environnement.

Focus Formation - Comment développer son offre à destination des familles ?

Objectifs

- Connaître et comprendre les clientèles famille et les implications dans le tourisme ;
- Créer un produit famille ;
- Analyser, évaluer et communiquer un produit famille ;
- Accompagner ses prestataires dans la qualification de leur offre.

Modules 1. - 2. - 3.

Public : offices de tourisme, centrales de réservation, services marketing...

Durée : 1 journée.

Nombre de participants maximum : 12

Module 1 : qu'est-ce qu'un produit famille ?

Contenu

Connaissance de la clientèle famille et les implications dans le tourisme :

- qu'est-ce qu'une famille aujourd'hui ? Les évolutions sociologiques ;
- les typologies de familles ;
- les rythmes, les attentes et les besoins : ensemble / séparément - Adulte / enfant ;
- la place de l'intergénérationnel dans l'offre touristique ;
- les conséquences sur le champ du tourisme.

Les attentes des familles :

- prise en compte des rythmes, des attentes et des besoins ;
- les nouvelles attentes : comment y répondre ? ;
- les nouvelles approches d'expériences en famille basées sur la découverte, l'expérimentation et le jeu.

Module 2 : comment aider les professionnels à qualifier leur offre à destination des familles ?

Contenu

Analyser, évaluer et communiquer un produit famille :

- analyser et évaluer son produit au regard des attentes des familles ;
- pistes de travail pour faire évoluer son produit ;

Communiquer un produit à destination des familles :

- les enjeux.

Accompagner ses prestataires dans la qualification de leur offre :

- le rôle du chargé de production et/ou de commercialisation auprès de ses prestataires pour la qualification de leurs produits ;
- l'accompagnement pour la qualification des aménagements ;
- l'accompagnement pour le développement des offres et de services adaptés à la clientèle famille et enfants ;
- l'accompagnement en matière de communication : les messages heureux ou malheureux... ;
- les contraintes des prestataires à connaître.

Exemple d'outil d'accompagnement :

- le label Famille Plus.

Ce temps de formation passera en revue différentes catégories d'offres touristiques : hébergements, restauration et activité de loisirs à partir des cas pratiques des participants.

Module 3 : comment s'adresser aux familles ?

Contenu

La communication à l'échelle du territoire à destination des familles :

- les nouvelles tendances web de communication, contraintes et limites ;
- les supports adaptés, guides, brochures...
- réalisation de supports pour les familles.
- Études de cas.

7.4 - Les indicateurs

L'objectif Spécifique 3.1 Patrimoine naturel et culturel – *Accroître le tourisme durable sur le territoire ALCOTRA*, dans lequel s'inscrit le projet **“Famille à la montagne”**, permet de choisir un indicateur parmi les deux indicateurs de résultat identifiés et demande d'expliquer la contribution à l'obtention de l'indicateur de réalisation choisi (output).

Indicateur de résultat choisi : **Satisfaction des touristes**.

Indicateur d'output auquel le projet contribue : **Nombre de zones, sites et itinéraires restaurés et/ou mis en valeur**.

De plus, après une analyse minutieuse, le partenariat a identifié d'autres indicateurs : il s'agit d'un moment important pour la rédaction du projet parce que les indicateurs permettent de traduire concrètement et de façon mesurable les objectifs que l'on s'est posés. Les indicateurs permettent en outre de communiquer l'avancement du projet de façon compréhensible et immédiate à la population et à tous les sujets intéressés par la réussite du projet.

Dans le cadre d'une gamme plus vaste d'indicateurs, pour choisir les indicateurs supplémentaires qu'il faudra prendre en compte au cours du projet, on a suivi les recommandations de l'Union Européenne, qui demande que les indicateurs assurent :

- **solidité et validation statistique**, par l'utilisation de sources fiables, en mesure de garantir une détection ponctuelle et une agrégation des données statistiques nécessaires au chiffrage des indicateurs de résultat. Les données peuvent être saisies par un système approprié de monitoring de la stratégie ou par la réalisation d'enquêtes statistiques *ad hoc*, solides sur le plan méthodologique et en mesure de produire des données et des informations de détail selon des standards de qualité communs ;
- **clarté de l'interprétation normative**, par la sélection d'indicateurs qui ne permettent pas une interprétation ambiguë ;
- **sensibilité aux politiques**, c'est-à-dire que la dynamique de l'indicateur doit être influencée par les politiques menées dans le cadre du projet afin d'assurer le monitoring de ses avancements.

On a enfin suivi la règle des **indicateurs SMART**, c'est-à-dire :

- **Spécifiques** (c'est-à-dire non excessivement généraux) par rapport à l'objectif à mesurer ;
- **Mesurables**, d'un point de vue quantitatif et/ou qualitatif ;
- **Accessibles** : les informations doivent être saisies à un coût raisonnable ;
- **Réalistes** ou pertinents par rapport aux besoins en informations ;
- **Temporellement définis**, donc avec une indication claire de l'horizon temporel de projection.

Si les indicateurs possèdent ces cinq caractéristiques, ils peuvent être considérés “intelligents” (smart, en anglais) parce qu'ils répondent vraiment **aux exigences de gestion du projet dans toutes ses phases**, sur le plan du **monitoring** (vérifier que les activités sont réalisées dans le respect du calendrier et des coûts prévus) et sur le plan de l'**évaluation** (vérifier que la réalisation des activités mène à l'obtention des résultats et des objectifs prévus).

On considère que les indicateurs suivants respectent les recommandations de l'Union Européenne et les règles Smart :

1. Rayon d'attraction des pôles d'attractivité

L'indicateur kilométrique, pour les écoles surtout, montrera la capacité de la Maison de la vie à la montagne et du Parc de la lecture d'attirer, au fil du temps, des classes provenant de zones différentes par rapport à la zone de référence habituelle. Cette donnée peut être facilement saisie à partir des réservations des ateliers et des visites.

2. Nuitées dans l'hébergement en 4 saisons

Cette donnée montrera la capacité des nouveaux pôles d'attractivité ainsi que de l'**offre spécifique désaisonnalisée** d'attirer des visiteurs au printemps et à l'automne aussi. Les données sont enregistrées par les offices départementaux et régionaux de statistique.

3. Satisfaction des touristes participant à la semaine famille test

Les touristes et les familles qui participeront aux activités gratuites lors de la semaine test et aux ateliers à tarif réduit recevront un questionnaire visant à recueillir les données des participants et leur degré de satisfaction concernant différents paramètres. Un avis synthétique sur la satisfaction (*basse, moyenne, élevée*) permettra un monitoring ponctuel au fil du temps. Les questionnaires seront produits et élaborés grâce à un logiciel spécifique, à faible coût.

4. Nombres d'usagers des pôles d'attraction, Maison et Parc

Par les données recueillies lors des visites et des ateliers organisés par la Maison de la vie à la montagne et les présences à l'intérieur du Parc de la Lecture (aux accès il y aura des compteurs de passages) il sera possible d'alimenter un indicateur spécifique de la capacité d'attraction des deux pôles d'attractivité dans les différentes saisons et au fil du temps.

8. Budget de projet

En ce qui concerne le plan financier, le partenariat a fait un choix de grande responsabilité et d'utilisation économe des ressources, et des fonds européens en particulier.

Comme il y aura des investissements en infrastructures pour plus de 600.000 € on aurait pu présenter un budget supérieur aux 2.000.000 €. Si on ne l'a pas fait, c'est parce que le projet **"Famille à la montagne"** représente pour les territoires concernés **un projet stratégique pour le futur** et non une intervention, certes importante, mais *una tantum*. Les communes de Morgex et du Grand-Bornand veulent démontrer concrètement combien elles misent sur ce futur en investissant – à présent et dans le futur – des ressources propres et en cherchant d'autres sources de financement. Par conséquent, le financement ALCOTRA souhaité sera le pivot autour duquel mobiliser d'autres ressources pour une stratégie de grande envergure et à long terme.

À Morgex, l'administration municipale est en train de chercher un partenariat public/privé afin de restaurer le bâtiment de l'ancienne gare des trains, sauvegardé par sa valeur architecturale, historique et culturelle. De plus, la Commune mettra en place avec ses propres fonds un parking, au service du centre historique et du nouveau Parc de la Lecture, et assurera la récupération environnementale du côté droit de la Doire, en face du Parc de la Lecture, comme le décrit l'étude de faisabilité en pièce-jointe, commanditée en avril 2014.

Au Grand-Bornand, la Maison de la vie à la montagne n'est pas créée *ex nihilo* mais s'insérera au sein d'une ferme traditionnelle précédemment réhabilitée par la Commune. Les investissements seront donc limités à l'accessibilité du bâtiment extérieure et intérieure (pour les personnes handicapées, les enfants, les poussettes...) et à la scénographie. En outre, le fonctionnement de la Maison s'appuiera sur les prestataires privés locaux. Ce double parti pris participe de la politique de développement durable de la Commune et à son souci d'irriguer l'économie touristique du territoire. S'agissant du financement, la Commune assurera une part d'autofinancement (15%) pour la partie du projet faisant aux fonds Alcotra (85%). Pour la partie du projet ne faisant pas appel aux fonds Alcotra, la Commune assurera également une part d'autofinancement (20%), aux côtés des subventions sollicitées auprès de la Région Rhône-Alpes et du Département de la Haute-Savoie.

8.1 - Le tableau économique

Le budget unique de projet confère une visibilité immédiate du degré d'intégration transfrontalière des activités, à partir des codes et des couleurs suivants :

- Frais de personnel = vert
- Frais de bureau et Administratifs = aucune couleur
- Frais de déplacement et d'hébergement = bleu clair
- Services externes = jaune clair
- Services externes en charge à Morgex et LGB pour l'ensemble du partenariat = jaune
- Dépenses d'équipements = brun clair
- Infrastructure et de BTP = violet



9. Impacts attendus

9.1 - L'impact socio-économique

Les motivations de départ en vacances sont de plus en plus liées aux expériences au contact de la nature et de la culture locales : il s'agit d'un signal important à saisir, qui nous fait comprendre que le tourisme représente une réelle et extraordinaire possibilité de développement local. Les administrations locales, les petites et moyennes entreprises, les opérateurs du secteur doivent par conséquent se donner les moyens et les compétences nécessaires à poursuivre une approche durable à la valorisation des ressources environnementales et culturelles ainsi que du patrimoine de savoirs et de savoir-faire développés par leur collectivité.

C'est pourquoi un produit touristique innovant ne peut pas être le résultat d'un assemblage de l'offre existante, mais doit par contre être une réponse responsable et consciente à la nouvelle demande de qualité dans le domaine touristique. Ce qui impose d'être avertis et de posséder des compétences bien développées pour saisir les tendances de la demande, mettre au point une offre ciblée, la positionner sur le marché avec les nouvelles techniques du web marketing, construire un système d'offre cohérent avec les standards d'un touriste toujours plus exigeant. Pour atteindre ce degré de prise de conscience, il est nécessaire de disposer d'une vision à moyen/long terme de scénarios et de stratégies pour la valorisation et la promotion du territoire.

Le projet **“Famille à la montagne”** lie précisément vision et opérationnalité, stratégies et croissance du capital humain, rôle de guide de l'administration locale et implication active de l'ensemble de la population ainsi que des différentes catégories économiques, avec des retombées très importantes – économiques et sociales – sur les deux territoires concernés.

Les perspectives de renforcement et de création de nouveaux emplois dans les secteurs des services pour un tourisme de découverte, pour un tourisme scolaire et familial (s'adressant surtout aux familles avec des petits enfants), pour la valorisation des produits du terroir, sont aussi très intéressantes.

9.2 - La contribution au développement durable

À l'échelle européenne on est assez conscient que dans le domaine touristique la compétitivité est étroitement liée à sa durabilité : la qualité des destinations touristiques dépend en effet toujours davantage de leur environnement naturel et culturel et de leur degré d'intégration à la collectivité locale. L'offre touristique spécifique **“Famille à la montagne”** se situe par conséquent dans le sillon d'une offre touristique qui mise sur des environnements naturels remarquables, un paysage protégé et entretenu, l'accès à des valeurs de culture, art, identité et authenticité.

10. Annexes à la DTD

- DTD1 - Devis Morgex
- DTD2 - Devis Fondazione Sapegno
- DTD3 - Devis Le Grand-Bornand
- DTD4 - Étude de Faisabilité “Parc de la Lecture”
- DTD5 - Analyse de la fréquentation “Maison de la vie à la montagne”
- DTD6 - Étude de Faisabilité investissements complémentaires Morgex
- DTD7 - Rapport investissements complémentaires Le Grand-Bornand
- DTD8 - Note méthodologique “Gestion des risques”
- DTD9 - Fiche d'information “APP Reportage Famille”
- DTD10 - Note méthodologique “Progettazione partecipata Parc de la Lecture”
- DTD11 - Manifestation d'intérêt Université de la Vallée d'Aoste