

Parc national
de la Vanoise



Stratégie Touristique du Parc national de la Vanoise



PLAN D' ACTIONS 2018-2020



Stratégie Touristique du Parc national de la Vanoise

PLAN D' ACTIONS 2018-2020

En 2013, le Conseil d'administration adoptait la première stratégie touristique du Parc national de la Vanoise. Un programme de 22 actions pour la période de 2014 à 2016 y était annexé. Il marquait déjà la nécessité pour l'établissement public de se placer au cœur de l'activité principale de son territoire d'exception : le tourisme porté par les femmes et les hommes qui y vivent.

En 2017, le Parc a entamé une phase de renouvellement politique et institutionnel importante axée sur la refondation des relations entre le Parc national de la Vanoise et ses partenaires dont les enjeux et les objectifs sont contenus dans le protocole « Bien vivre ensemble en Vanoise ». Le tourisme est une des thématiques prioritaires retenues pour engager cette démarche de co-construction des actions d'aujourd'hui et de demain afin de placer le Parc comme un acteur touristique du territoire sachant s'appuyer sur les compétences et les professionnels locaux.

Pour construire une stratégie concertée entre le PNV, Savoie-Mont-Blanc Tourisme et les acteurs locaux, la première étape a consisté à faire un bilan des actions réalisées et de collectivement acter le maintien des 5 axes stratégiques définis en 2013.



Une fois cette base posée, des échanges bilatéraux avec les principaux acteurs touristiques de Vanoise ont eu lieu au printemps 2017 pour affiner les attentes et identifier les premières pistes d'actions à mettre en œuvre. La synthèse de ces échanges a permis d'identifier 5 opérations phares. 5 opérations complémentaires ont été intégrées pour former le plan d'action définitif.

En septembre 2017, la dernière étape de cette co-construction a permis de réunir professionnels du tourisme, élus locaux et l'établissement public afin de s'assurer que les propositions étaient cohérentes avec les attentes identifiées dans le cadre de l'audit médiation.

Le conseil d'administration du Parc de novembre 2017 a approuvé ces 10 opérations et leur structuration plaçant le Parc dans une démarche de « faire avec » les partenaires locaux. Il remercie vivement le groupe de travail, en particulier Guy Chaumereuil, pour la construction de ce plan d'actions dans un délai court et grâce aux contributions de toutes les parties prenantes.

Rozenn Hars

Présidente du Conseil d'Administration du Parc national de la Vanoise

Sommaire

Opération 1

Bienvenue en Vanoise ! Un Parc plus accueillant... p. 4

Opération 2

Rando Vanoise : la vanoise depuis chez vous et dans votre poche... p. 6

Opération 3

Les refuges : une offre touristique à part entière... p. 8

Opération 4

Vanoise, terre d'itinérance... p. 10

Opération 5

En Vanoise, vivez nature : le tourisme expérientiel... p. 12

Opération 6

Adopter l'*Esprit parc national* en Vanoise... p. 14

Opération 7

En Vanoise sans ma voiture... p. 16

Opération 8

La promotion touristique par la participation à des événements... p. 18

Opération 9

**Nature en partage : des offres touristiques accessibles
aux publics en situation de handicap...** p. 20

Opération 10

L'observation de la fréquentation touristique... p. 22

Conclusion

p. 24

Bienvenue en Vanoise ! Un Parc plus accueillant...

CONTEXTE / ENJEUX

Les Parcs nationaux attirent. Le Parc national de la Vanoise, premier des 10 Parcs nationaux français, n'est pas en reste. Néanmoins cette notoriété s'accompagne de freins à la diversification et au renouvellement des visiteurs :

- son image de haute-montagne, qui peut le laisser penser peu accessible ;
- sa réglementation spécifique qui, si elle n'est pas expliquée, peut sembler très contraignante ;
- ses sites d'accès qui ne font pas toutes l'objet d'aménagements et de supports de communication adaptés à la clientèle.

L'enjeu est d'accueillir d'entrée les touristes de telle façon que leur séjour soit joyeux, qu'ils aient envie de revenir et de se faire les ambassadeurs de la destination Vanoise.

Partenaires mobilisés et leur rôle

Offices de tourisme : accueil partagé des points d'information.

Collectivités : maîtrise d'ouvrage des travaux d'aménagement de portes de Parc.

Conseil départemental, CGET : financement des travaux d'aménagement.

Rôle du Parc national

Recrutement et formation des hôtesses des points-info Vanoise (PIV).

Appui technique pour le réaménagement des sites portes.

Maîtrise d'ouvrage de la signalétique en cœur de Parc.

Appui financier selon modalités fixées par le bureau.

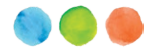


1.1 MIEUX ACCUEILLIR DANS LES OFFICES DE TOURISME (OT)

ACTIONS

- > Conforter la présence du Parc auprès des visiteurs, en été, via le recrutement d'hôtesse saisonnières en points-info Vanoise (PIV) dans les Offices de Tourisme et les maisons du Parc ou refuges-portes.
- > Former les conseillères en séjour des Offices de Tourisme des communes adhérentes pour mieux relayer les informations sur le Parc.
- > Mise en place de corner Parc.

On aura réussi si



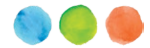
- Le pool d'hôtesse est maintenu dans des points infos modernisés, bénéficiant de supports digitaux, et ayant une bonne connaissance du Parc.
- 3 réunions de formations sont organisées par an.

1.2 MIEUX ACCUEILLIR AUX « PORTES » DU PARC

ACTIONS

- > Réaménager des sites touristiques fréquentés afin de mieux y organiser l'accueil : parking, signalétique, informations, services. Travail sur l'ensemble des sites en discussion à ce jour : Bellecombe, Rosuel, Oullietta, Pont Saint-Charles, Glacier de la Grande Motte (signalétique, ...).
- > Matérialiser les entrées de cœur du Parc sur les sentiers de randonnée.
- > Concevoir une communication positive sur le cœur de Parc avec une signalétique simple au départ des sentiers.

On aura réussi si



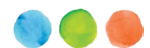
- Au moins 3 sites d'entrée de Parc sur 4 ont été requalifiés en 2020.
- Lancement d'un appel à projets pour concevoir une communication positive sur la réglementation aux entrées de Parc

1.3 MIEUX ACCUEILLIR DANS LE CŒUR DU PARC

ACTIONS

- > Avoir une présence visible des gardes-moniteurs sur les sentiers : maraudage, point-rencontre...
- > Renforcer la présence du Parc par le recrutement d'animateur « nature » dans les principaux sites d'accueil du public.

On aura réussi si



- Sont assurés 120 points rencontre avec des gardes-moniteurs dans le cœur de Parc par an.
- Certaines rencontres sont ciblées pour les jeunes.
- Les agents d'accueil sont formés à la sensibilisation tous publics.

Indicateurs

Nombre de touristes accueillis en PIV.
Nombre de points-rencontre avec un garde-moniteur.
Satisfaction des clients sur les informations reçues.

Éléments de coût

Montants annuels pour la présence d'hôtesse dans les PIV : 95 000 €
Montants annuels investis sur l'aménagement des portes de Parc : 200 000 €

Rattachement de l'opération à la charte

3.1.1 et 3.8.1

3.1.1 a, b et 3.8.1 a, b, f



Rando Vanoise : la Vanoise depuis chez vous et dans votre poche...

CONTEXTE / ENJEUX

Le public touristique fait de plus en plus appel aux outils numériques et aux applications mobiles pour préparer et vivre ses vacances.

Le Parc répond à cette demande avec son site Internet et le développement du logiciel libre Géotrek, support de Rando Vanoise : site Web et application proposant une sélection d'itinéraires où sont également valorisés les différents patrimoines et points remarquables du territoire (géolocalisation, description, illustration).

Cette application est en développement permanent dans de nombreux espaces naturels et territoires touristiques, l'enjeu est de poursuivre le développement de l'application tant dans ses fonctionnalités que dans ses contenus.

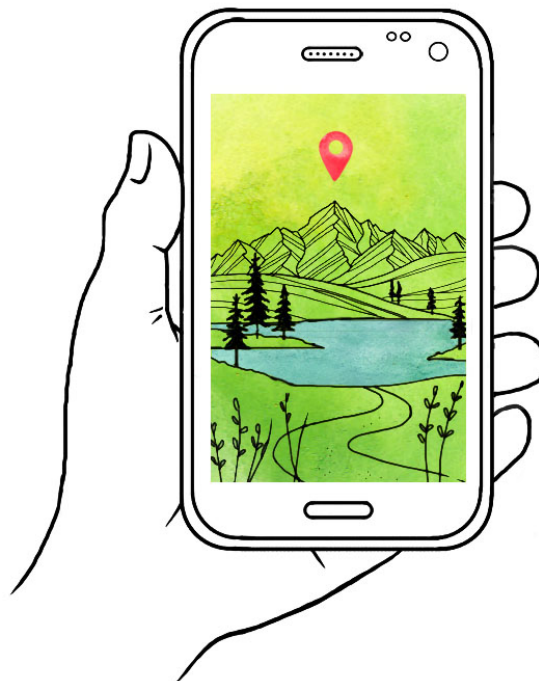
Partenaires mobilisés et leur rôle

Maurienne Tourisme et APTV :

- assurent le déploiement des itinéraires sur leur territoire selon les critères de qualité conjointement définis.
- diffusent l'information sur l'application auprès des acteurs du tourisme de leur territoire.
- assurent la qualité des données numériques intégrées dans l'application.

Rôle du Parc national

Assure le rôle de gestionnaire principal de l'application et coordonne les autres utilisateurs.
Héberge l'application.
Promeut l'application sur son territoire.
Assure la mise en ligne de nouveau itinéraire sur son territoire.



2.1 DÉVELOPPER L'OFFRE DISPONIBLE SUR RANDO VANOISE

ACTIONS

- > Créer 40 nouveaux itinéraires en cœur et aire d'adhésion, diversifiés en durée, difficulté, mode de déplacement (vélo, randonnée, ski...) et en types de patrimoines valorisés.
- > Assurer la traduction de Rando Vanoise.

On aura réussi si



- La diversité des itinéraires disponibles est avérée.
- Le nombre d'itinéraires créés par an est constant et équilibré sur le territoire.
- L'offre est disponible pour le plus grand nombre.

2.2 DÉPLOYER DE NOUVELLES FONCTIONNALITÉS SUR RANDO VANOISE

ACTIONS

- > Moderniser la commercialisation en ligne des refuges et la commercialisation en ligne de l'itinérance dès que le module de Geotrek sera disponible (cf actions n°3 et 4).
- > Assurer la fluidité de navigation sur le site via la gestion technique de l'outil : animer le réseau des utilisateurs pour assurer la qualité informatique des données, définir une méthode de gestion des données, corriger les erreurs, etc.
- > Développer les objets touristiques dans l'outil Rando Vanoise : Refuges en famille (cf actions n°3), Esprit parc national, visite de site/musée, etc.
- > Coordonner le développement de Rando Vanoise en lien avec l'APTV et Maurienne Tourisme pour assurer le déploiement sur un territoire cohérent et compatible avec les capacités de l'application.

On aura réussi si



- Rando Vanoise fonctionne de manière fluide sur tous les supports multimédia existants.
- La réservation en ligne de l'itinérance en refuge est en place avec la satisfaction des gardiens et des utilisateurs.
- Les objets touristiques créés sont pertinents et lisibles et permettent la valorisation touristique du territoire.

2.3 PROMOUVOIR RANDO VANOISE

ACTIONS

- > Former les hôtesses du PNV à Rando Vanoise pour qu'elles soient en capacité d'informer la clientèle sur l'outil et promouvoir son utilisation pendant les séjours.
- > Mettre à disposition de la clientèle des tablettes numériques pour l'utilisation dans les PIV de l'application Rando Vanoise.
- > Assurer la communication de Rando Vanoise dans les supports d'information du PNV.
- > Appuyer l'APTV et Maurienne Tourisme pour la formation des OT de Maurienne et Tarentaise qui disposent d'itinéraires dans Rando Vanoise valorisant leur territoire.

On aura réussi si



- Le nombre de connexions augmente de 20 %.
- Tous les PIV du PNV savent informer la clientèle sur et avec Rando Vanoise.
- Les OT de Maurienne et Tarentaise intéressés par l'application ont pu être formés.

Indicateurs

Nombre d'itinéraires proposés sur Rando Vanoise.
Nombre de connexions.
Nombre d'applications mobiles téléchargées.

Éléments de coût

Coût de développement de Geotrek : mise à jour, participation aux développements de la communauté, suivi de la base de données, traduction : environ 15 000 € /an.

Rattachement de l'opération à la charte

3.1.2 et 3.8.1

3.1.2 c

Les refuges : une offre touristique à part entière...

CONTEXTE / ENJEUX

Les refuges font partie de l'identité du massif de la Vanoise. Ils constituent un maillon de l'offre touristique du territoire et sont la condition rendant possible l'itinérance sur le massif, nationalement reconnue. Le Parc est lui-même, depuis sa création, un opérateur direct dans le réseau des refuges puisqu'il en a construit et en gère plusieurs dans l'objectif de mailler les sentiers de randonnée afin de faciliter l'itinérance.

Le refuge est un produit touristique à part entière, il fait rêver. Il est aussi un lieu privilégié de sensibilisation et d'information des visiteurs. Aujourd'hui propriétaire de 16 refuges, l'enjeu pour le Parc est de mobiliser ce patrimoine pour répondre aux différentes missions qui lui reviennent : accueil de tous les publics, sensibilisation, diversification et promotion de l'offre touristique associée, veille territoriale, sciences participatives, etc.

Partenaires mobilisés et leur rôle

FFCAM : maîtrise d'ouvrage de « Refuges en familles » et contribution à l'animation du réseau des refuges.

Les gardiens de refuges : mobilisation et relais dans les opérations de valorisation et de développement des outils propres au refuge.

Les OT de Maurienne et Tarentaise pour la promotion de l'offre expérientielle « refuges ».

Rôle du Parc national

Maîtrise d'ouvrage des travaux sur ses propres refuges dont les travaux de signalétique et valorisation.

Partenaire de l'opération Refuges en familles.

Animation du réseau des refuges en Vanoise.

Animation de l'opération Nuit en cimes.



3.1 LES REFUGES : DES BÂTIMENTS EXEMPLAIRES ET UNIQUES

ACTIONS

- > Faire les travaux nécessaires pour rendre les refuges du Parc exemplaires dans le cadre de la transition écologique (réaménagement du refuge de Prariond, autonomie énergétique des refuges dont notamment Plan du Lac...).
- > Animer le réseau des gardiens de refuge de Vanoise de manière à favoriser les échanges d'expérience et créer un cercle vertueux autour des bonnes expériences.

On aura réussi si



- Les travaux prévus sur les refuges sont réalisés, la qualité des bâtiments à l'usage est avérée.
- Les techniques utilisées lors des travaux sur bâtiments sont exemplaires avec au moins une innovation sur la durée du plan d'action.
- Forum annuel des gardiens de refuge maintenu et pertinent pour le fonctionnement des refuges du territoire.

3.2 LES REFUGES PNV SUPPORTS D'UNE OFFRE AUTOUR DE LA SENSIBILISATION À L'ENVIRONNEMENT

ACTIONS

- > Valoriser les refuges propriété du Parc par la signalétique, l'affichage et la décoration intérieure, les outils de sensibilisation, les animations, etc.
- > Développer les animations de garde-moniteur et accompagnateur en montagne en refuge.
- > Renforcer les missions d'accueil, animation et sensibilisation des gardiens.
- > Affirmer la destination touristique « refuge » et communiquer sur l'expérience originale d'une soirée en refuge.
- > Renforcer le recours aux circuits courts et produits locaux.

On aura réussi si



- Les refuges du PNV ont une identité reconnue par tous, leurs gardiens sont formés et informés fréquemment dans le cadre d'un réseau structuré.
- L'information et les outils mis à disposition du public dans les refuges du PNV permettent une réelle sensibilisation des visiteurs.
- Les visiteurs posent des questions aux gardiens sur les outils mis à disposition ou témoignent de leur satisfaction
- Le nombre d'animations ou d'événements dans les refuges augmente.
- Tous les acteurs touristiques promeuvent cette offre touristique particulière et complémentaire.

3.3 LES REFUGES PNV : DES LIEUX ATTEIGNABLES ET PROFITABLES POUR TOUS

ACTIONS

- > Moderniser la commercialisation en ligne des refuges notamment via les outils numériques (cf action n°2).
- > Promouvoir les refuges avec l'objectif principal de les démystifier, poursuivre dans ce but l'opération Refuges en famille (pilotee par le FFCAM).
- > Promouvoir les refuges comme offre de fin de saison et de déconnexion via notamment l'opération Nuit en cimes (s'appuyant sur une nuitée offerte en refuges pour un public séjournant en basse saison dans des hébergements de vallée).
- > Lancer une réflexion sur l'ouverture du bivouac à proximité de tous les refuges.

On aura réussi si



- Augmentation de la fréquentation des refuges.
- Diversification des publics et notamment les familles avec enfants.
- Maintien des opérations de promotion des refuges.

Indicateurs

Fréquentation et taux de remplissage des refuges.
Montant investi pour la rénovation et l'entretien des refuges.
Nombre d'outils nouveaux d'information-sensibilisation mis en place dans les refuges.
Nombre d'animations en refuges.

Éléments de coût

Investissements annuels pour les gros travaux sur les refuges du PNV : 500 000 €. €
Investissements portant sur les services offerts et la commercialisation des refuges du PNV : 15 000 € / an.

Rattachement de l'opération à la charte

2.4.3 et 3.1.2

2.4.3 d, e, f, g, h, j et 3.1.2 e, f, g, h, j, k

Vanoise, terre d'itinérance !

CONTEXTE / ENJEUX

La Vanoise est associée sur le web au mot clé « Circuit » (étude de Web notoriété sur les espaces naturels de Savoie Mont-Blanc pilotée par SMTB en 2016), l'itinérance est donc intrinsèquement liée à l'offre touristique de la Vanoise.

L'offre de sentiers et de refuges sur le territoire est également nécessaire au déploiement et à la concrétisation d'une offre itinérance sur le territoire. Plusieurs circuits emblématiques existent sur le massif, l'itinérance via les GR 5 et 55, et la Via Alpina complète l'offre.

L'enjeu est d'assurer que cette offre persiste et qu'elle réponde aux attentes des clientèles actuelles et futures.

Partenaires mobilisés et leur rôle

GTA pour le pilotage de Voyage dans les Alpes.

Gardiens de refuge pour la promotion et la réservation en ligne.

Bureaux de guides, AeM, OT pour la commercialisation.

Collectivités locales pour l'entretien des sentiers et de la signalétique hors du territoire du PNV.

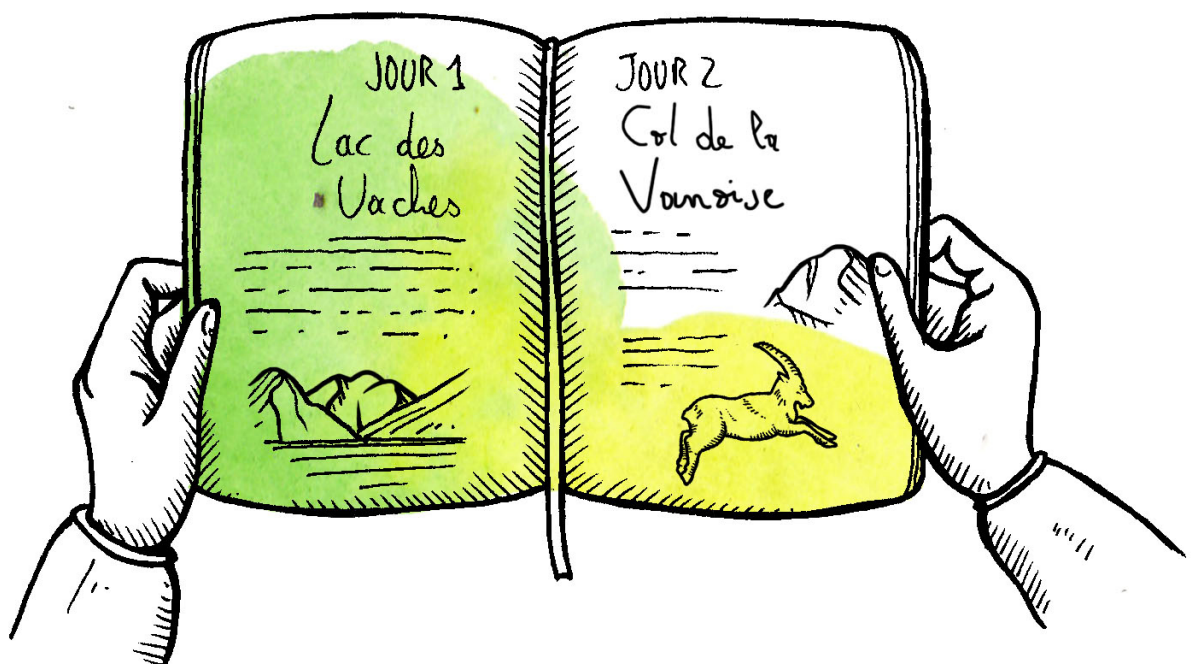
Rôle du Parc national

Accompagnement des acteurs autour de la promotion et la commercialisation de l'offre d'itinérance.

Production de document support pour la promotion des circuits emblématiques de Vanoise.

Entretien de la signalétique et des sentiers en cœur de Parc.

Prospection auprès d'opérateurs pour proposer des séjours marqués *Esprit parc national-Vanoise*.



ACTIONS

- > Inscrire la Vanoise dans la dynamique de Voyage dans les Alpes (opération pilotée par la GTA).
- > Identifier les circuits et itinéraires de plusieurs jours qui caractérisent la Vanoise, les consolider et les promouvoir auprès des nouvelles clientèles, notamment via la marque Esprit parc national (cf. action n°6).
- > Accompagner les acteurs du territoire pouvant commercialiser ces produits d'itinérance.
- > Intégrer les offres d'itinérance dans Rando Vanoise (cf. action n°2).
- > Concevoir un outil visant à faire revenir les itinérants dans l'objectif d'avoir rempli le « carnet des itinéraires de Vanoise ».

On aura réussi si

- Les circuits phares de Vanoise sont facilement identifiables.
- Les circuits promus se complètent en matière de difficulté, de clientèle cible, de lieu de départ, de type de circuit.
- Le nombre de circuits commercialisés sur le territoire augmente.
- Le nombre de personnes en itinérance dans le cœur de Parc augmente (cf. action 10).

Indicateurs

Nombre de circuits itinérants promus.
Nombre de circuits référencés Voyage dans les Alpes.
Nombre de nuitées en itinérance en cœur de Parc et aire d'adhésion.

Éléments de coût

Les coûts associés représentent principalement du temps agents pour le partage d'information et la co-construction de projet d'itinérance pour la valorisation du territoire.
Estimation : 0,1 ETP / an.

Rattachement de l'opération à la charte

3.1.2 et 2.4.3

3.1.2 a, 2.4.3 a, b, d

En Vanoise, vivez nature : le tourisme expérientiel...

CONTEXTE / ENJEUX

Recevoir les paysages grandioses de montagne et de Vanoise est une expérience à part entière. Dormir une nuit en refuge est une expérience unique également. La Vanoise regorge d'expériences hors du commun qui peuvent parfaitement répondre aux besoins de déconnexion, de sortie du quotidien et de construction d'un souvenir inoubliable.

Il est reconnu par ailleurs que les informations et la sensibilisation à l'environnement sont mieux « appropriées » si elles sont accompagnées d'une expérience émotionnelle forte.

L'enjeu est de faciliter l'appropriation de ce patrimoine par un tourisme expérientiel fort en émotions.

Partenaires mobilisés et leur rôle

CCHMV : animations de l'espace valléen et des programmes d'actions associés.

SMBT : co-construction des campagnes de promotion-sensibilisation.

SEA, FACIM : soutien et consolidation d'offres autour des alpages, du patrimoine culturel et habité.

Gardiens de refuge, bureau des guides, SNAM : participation aux expérimentations et au retour d'expérience, déploiement d'offres expérientielles

Collectivités : construction de circuits thématiques.

Rôle du Parc national

Rédacteur de l'appel à projet.

Porteur d'un programme d'animation et d'accueil du public.

Ingénierie de pilotage et bilan.



5.1 L'EXPÉRIENCE AUTOUR DE LA CONNAISSANCE DES PATRIMOINES DE VANOISE

ACTIONS

- > Concevoir et déployer des animations ludiques et innovantes sur les patrimoines de Vanoise : faire un appel à projet à tester sur le territoire de Haute Maurienne Vanoise dans le cadre du contrat d'espace Valléen en cours, ajuster si nécessaire, généraliser à l'ensemble du PNV.
- > Développer et consolider les points-rencontre avec un garde-moniteur dans le territoire du Parc.
- > Concevoir et déployer des outils de sensibilisation à l'environnement et au respect des patrimoines.
- > Associer les visiteurs aux sciences participatives : appel à leurs données d'observation.
- > Tester des offres de Geocaching ciblées sur le partage de connaissance sur les patrimoines de Vanoise en veillant à ne pas dégrader les milieux.
- > Promouvoir les sorties adaptées à tout public et permettant la découverte, l'observation des patrimoines : sentiers découvertes, sorties accompagnées, visites guidées, etc.

On aura réussi si

- Le POIA lié à l'espace valléen de Haute Maurienne Vanoise est convenablement réalisé.
- Le programme d'animation du Parc est partiellement renouvelé, diversifié (public, lieu, période) et lisible.
- Les animations proposées attirent du monde.
- Les personnes sensibilisées reviennent et se souviennent et deviennent des ambassadeurs des patrimoines de Vanoise.
- Les jeunes sont touchés, apprennent en vivant des émotions fortes et reviennent.

5.2 VIVEZ L'EXPÉRIENCE DE LA RENCONTRE HUMAINE

ACTIONS

- > Favoriser la rencontre avec les femmes et hommes du Parc : point-rencontre avec un garde-moniteur sur sentier ou en soirée en refuge.
- > Construire des offres expérientielles avec les acteurs locaux : alpagistes, AeM, guides de la FACIM.
- > Organiser des rencontres avec des scientifiques travaillant avec le Parc : histoire du Parc, évolution des glaciers...
- > Promouvoir les offres liées à l'agri-tourisme.

On aura réussi si

- Le nombre de personnes rencontrées par les gardes-moniteurs lors des points-rencontre augmentent.
- Les acteurs locaux s'associent au PNV autour de cette problématique du partage d'expérience.
- Des temps d'échange sont créés sur la thématique de la recherche en Vanoise.
- Les offres d'agri-tourisme du Parc gagnent en lisibilité et en fréquence.

5.3 L'EXPÉRIENCE VISUELLE DANS DES PAYSAGES UNIQUES SUR UN TERRITOIRE PRÉSERVÉ

ACTIONS

- > Proposer des offres basées sur la lecture des paysages.
- > Proposer des offres autour de la prise de vue.
- > Promouvoir l'expérience d'une nuit en refuge loin de la lumière et de l'activité des fonds de vallée.
- > Promouvoir l'expérience d'une journée dans un lieu de quiétude.
- > Construire des offres à destination des cibles d'excellence (ski de randonnée, trail, etc.).

On aura réussi si

- La clientèle des refuges se renouvelle.
- De nouvelles offres sont construites autour de la valorisation des paysages et de la quiétude.
- Les offres proposées sont accessibles au plus grand nombre.
- Les acteurs du territoire sont étroitement associés et impliqués dans la construction des offres touristiques.

Indicateurs

Taux de fréquentation des animations.
Nombre de type d'animation et de sorties accompagnées.
Nombre total d'animations et de sorties accompagnées.

Éléments de coût

Budget prévisionnel dans le contrat espace valléen Haute-Maurienne Vanoise : 25 000 € TTC dont 40 % financé par le FEDER POIA. Conception de nouveaux outils de sensibilisation à l'environnement : 5000 €/an.

Rattachement de l'opération à la charte

3.1.2 et 3.1.3 et 3.8.2 et 3.8.3

3.1.2 c et 3.1.3 b, h

Adopter l'Esprit parc national en Vanoise



CONTEXTE / ENJEUX

Une marque collective au 10 parcs nationaux français a été lancée en juillet 2015 sous le nom « Esprit parc national », elle se décline dans chaque parc national. Le Parc déploie la marque « Esprit parc national - Vanoise » depuis 2016. En une année, 20 produits ont pu être identifiés (dont 19 liés au tourisme : sorties de découverte des patrimoines et hébergements).

Pour accompagner le déploiement de la marque en Vanoise, le Parc s'est associé aux 2 autres Parcs alpins dans le cadre d'un projet de massif financé par l'Europe et le CGET visant à qualifier l'offre touristique dans les Parcs nationaux alpins. Ce programme permet de construire un réseau alpin, de concevoir des outils de promotion et de sensibilisation et de former les acteurs Esprit parc national avec un budget total sur 3 ans de 540 000 €.

Esprit parc national doit gagner en notoriété au niveau local et national, elle doit surtout permettre de fédérer des acteurs du territoire engagés pour consolider et promouvoir une offre touristique durable sur le territoire de Vanoise et des Parcs nationaux alpins et français. Indirectement, elle apportera aux acteurs des services et une valeur ajoutée gage de la reconnaissance de leur travail.

Partenaires mobilisés et leur rôle

SMBT : co-construction des campagnes de promotion des espaces naturels de Savoie Mont Blanc et des produits associés.

Associations et syndicats représentants de professions : relai des appels à candidature et information liée à la marque.

L'AFB pour le déploiement national de la marque.

Les deux autres Parcs nationaux alpins (Écrins et Mercantour) dans le cadre du programme européen de qualification de l'offre touristique.

Acteurs Esprit parc national : participation aux formations, construction de produits combinés, accueil des clientèles, diffusion et valorisation des supports de promotion établis.

Rôle du Parc national

Déploiement et animation d'Esprit parc national - Vanoise
Promotion d'Esprit parc national - Vanoise auprès du grand public.

Conception et réalisation d'outils de sensibilisation et de promotion à destination des acteurs Esprit parc national.

Mise en œuvre du programme alpin de qualification de l'offre touristique.



6.1 UNE MARQUE POUR FÉDÉRER DES ACTEURS LOCAUX ENGAGÉS

ACTIONS

- > Formations : mise en œuvre du programme de formation 2017-2018 (15 journées gratuites sur 18 mois ; thèmes variés : connaissances générales sur le Parc (espèces, protocoles), connaissances naturalistes plus spécifiques, commercialisation des offres spécifiques, moyens et outils de sensibilisation, etc.).
- > Constitution et animation d'un Réseau d'acteurs Esprit parc national - Vanoise : temps d'échanges lors des formations, transmission régulière d'informations sur le Parc, identification de personnes ressources pour partage de connaissance et d'information
- > Création et réalisation d'outils de sensibilisation : outils nudge en 2018, jeux à prévoir, animation de temps d'échange pour le retour d'expérience et l'identification de besoins nouveaux.

On aura réussi si

- Le nombre d'acteurs engagés est croissant.
- Tous les types de produits concernés par Esprit parc national sont représentés en Vanoise.
- Les acteurs Esprit parc national disposent d'outils adaptés et variés pour sensibiliser les visiteurs.
- Le programme de formation prévu dans le cadre du programme alpin est réalisé et le niveau de participation est bon.

6.2 ESPRIT PARC NATIONAL VANOISE POUR PROMOUVOIR LE TERRITOIRE

ACTIONS

- > Réalisation de photos et vidéos des produits et services marqués.
- > Présence sur des salons : Salon du randonneur à Lyon, salon destination nature à Paris.
- > Promotion des produits marqués grâce aux outils multi-médias et aux publications du PNV (Estive, Newsletter...), campagne de marketing de l'offre des Parcs nationaux alpins à l'horizon 2020, promotion des produits marqués lors de manifestations sur le territoire.

On aura réussi si

- Augmentation du chiffre d'affaires généré par la vente de produits marqués.
- Esprit parc national - Vanoise permet l'identification claire de l'offre sur le territoire.
- Esprit parc national - Vanoise est présent dans des événements de promotion du territoire.

Indicateurs

Nombre de produits bénéficiant de la marque Esprit parc national - Vanoise.
Nombre de types de produits présents en Vanoise sous la marque Esprit parc national - Vanoise.
Indicateurs de la notoriété de la marque.

Éléments de coût

Mise en œuvre du programme inter-Parc POIA/FNADT :
200 000 € / an.
0,5 ETP du PNV / an.

Rattachement de l'opération à la charte

3.1.3 et 3.10.2

3.1.3 d, f et 3.10.2 a

En Vanoise sans ma voiture...

CONTEXTE / ENJEUX

Voyager et visiter par les modes de mobilité douce fait écho à la politique de développement durable et de limitation des émissions de gaz à effet de serre portée par l'État, mais également la volonté du Parc de rendre accessible au plus grand nombre et le plus facilement possible le cœur du Parc.

L'enjeu réside, pour le Parc, dans le maintien et la promotion des navettes d'accès aux portes de Parc, la promotion des moyens et outils permettant une mobilité douce, et la promotion des itinéraires associés à ces mobilités douces. En tant que territoire d'exception, le Parc se doit également d'expérimenter de nouveaux moyens de déplacement.

Partenaires mobilisés et leur rôle

Collectivités : maîtrise d'ouvrage navette.

Transdev : maîtrise d'ouvrage expérimentation navette hippomobile Bellecombe-la Rocheure.

CCHMV et APTV : développement du Rézo-pouce

Mountain Wilderness : maîtrise d'ouvrage plaquette « 10 idées de sorties montagne sans voiture ».

Rôle du Parc national

Appui technique.

Financement partiel.

Maîtrise d'ouvrage des aménagements dans les refuges en propriété.



7.1 FAIRE CONNAÎTRE LES MODES DOUX AUX VISITEURS

ACTIONS

- > Diffuser une plaquette « 10 idées de sorties montagne sans voiture » éditée en partenariat avec Mountain Wilderness : campagne *Changer d'approche*.
- > Promouvoir et étendre le Rézo-pouce (auto-stop organisé) sur le territoire du Parc.

On aura réussi si



- Les retours d'expérience de la campagne *Changer d'approche* sont positifs.
- La plaquette *Changer d'approche* est pérennisée.
- L'appropriation de Rézo-pouce sur le territoire et le maillage associé sont cohérents et pertinents.

7.2 ACCOMPAGNER LES PROJETS DE RÉDUCTION DES DÉPLACEMENTS INDIVIDUELS MOTORISÉS

ACTIONS

- > Expérimenter le trottibus entre le parking de Bellecombe et le vallon de la Rocheure (Termignon).
- > Favoriser les modes doux dans le cadre du réaménagement du parking de Bellecombe et accompagner la commune pour assurer le maintien de la gratuité de la navette entre Termignon et Bellecombe.
- > Engager une réflexion sur l'opportunité d'une navette pour aller à l'Orgère selon les résultats du plan de déplacement en cours d'élaboration à l'échelle de la CCHMV.

On aura réussi si



- L'expérimentation de la navette hippomobile à assistance électrique est concluante et diffusée dans d'autres espaces.
- La fréquentation des navettes estivales augmente.
- Les parkings en entrée de cœur de Parc sont désengorgés en haute saison estivale.

7.3 PARTICIPER AU DÉVELOPPEMENT DE LA DÉCOUVERTE PAR VÉLO

ACTIONS

- > Favoriser le vélo à assistance électrique par l'installation de bornes de recharge en refuge-porte.
- > Intégrer les circuits de découverte du cœur de Parc à vélo dans Rando Vanoise.

On aura réussi si



- Rando Vanoise participe à la promotion de l'offre cyclable sur le territoire.
- Le Parc prend une place dans le réseau d'acteurs du vélo à assistance électrique.

Indicateurs

Taux de remplissage des navettes.
Nombre de refuges relayant l'offre liée aux vélos électriques.

Éléments de coût

2017 : 16 000 € (navette Entre deux eaux, campagne *Changer d'approche*).

2018 : 6 000 à 10 000 € (navettes).

2019 : investissement pour les bornes de recharge dans les refuges accessibles en vélo : 40 000 €.

Rattachement de l'opération à la charte

3.1.2 et 3.8.1 et 3.10.1

3.1.2 m et 3.8.1 g et 3.10.1 f

La promotion touristique par la participation à des événements...

CONTEXTE / ENJEUX

Il n'y a pas de tourisme sans promotion du territoire et notamment sans participation à des événements promotionnels. Ces derniers se font à plusieurs niveaux : national, régional et local.

Les événements locaux contribuent à l'attractivité du territoire pour les visiteurs et à la vie locale pour les habitants.

Il est nécessaire que le Parc prenne une place dans ces événements et à ces différentes échelles pour promouvoir les patrimoines et sensibiliser.

Partenaires mobilisés et leur rôle

Collectivités locales ou communes : organisation des fêtes locales.

SMBT : coordonnateur pour la Savoie et la Haute Savoie d'un espace commun au salon du randonneur à Lyon, partenaire pour d'autres campagnes de communication et marketing d'ampleur alpine ou nationale.

Rôle du Parc national

Organisation des opérations menées en cœur de Parc
Réponse aux sollicitations des collectivités selon ses capacités et sa politique d'intervention en AOA.

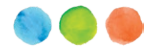


8.1 LES ÉVÉNEMENTS NATIONAUX ET RÉGIONAUX

ACTIONS

- > Participer au salon du randonneur en collaboration avec des collectivités locales.
- > Participer selon les opportunités à d'autres salons du type Destination nature.
- > Répondre aux sollicitations pour des participations à des actions de promotion ponctuelle : Tour de France, Coupe de France, etc.

On aura réussi si



- La visibilité du Parc dans les événements auxquels il participe est satisfaisante.
- Le nombre de personnes accueillies est stable ou en hausse.
- Les moyens mis à disposition dans les stands du Parc sont adaptés à la clientèle cible.

8.2 LES ÉVÉNEMENTS LOCAUX DE PROMOTION DU TERRITOIRE

ACTIONS

- > Impliquer les équipes du Parc dans les événements locaux pour promouvoir le cœur de Parc : fête du 15 août, fête des guides à Pralognan, ...

On aura réussi si



- Les visiteurs apprécient et identifient la présence du Parc dans les fêtes locales.
- Les acteurs du territoire reconnaissent le Parc comme partenaire et s'impliquent pour la promotion conjointe du cœur de Parc.

Indicateurs

Nombre d'animations proposées dans le cadre de fêtes locales.
Nombre de participation à des salons de promotion.

Éléments de coût

Environ 200 jours agent / an.

Rattachement de l'opération à la charte

3.1.3 et 3.9

3.1.3 k, p

Nature en partage : des offres touristiques accessibles aux publics en situation de handicap.

CONTEXTE / ENJEUX

Établissement public de l'État, le Parc se doit d'être exemplaire sur le plan social et solidaire. Il a fait preuve d'innovation en s'engageant depuis de nombreuses années en faveur des publics déficients : moteur, visuel, auditif et mental. Cela se traduit notamment par l'attribution du label « Tourisme et handicap » à ses refuges-portes et à la Maison de la Vanoise de Pralognan-la-Vanoise, ainsi que par un programme de sorties accompagnées dédiées à ce public. Le Parc a également mené en 2015 une étude d'aménagement pour rendre accessibles une dizaine de sites prioritaires en cœur et aire d'adhésion, étude qu'il a transmise aux communes concernées.

L'accessibilité aux publics en situation de déficience reste une priorité, l'offre touristique doit également être adaptée dans son ensemble.

Partenaires mobilisés et leur rôle

Gardiens de refuges : accueil du public déficient.

AeM Esprit parc national - Vanoise : proposition de sorties adaptées.

Associations et structures accueillant des publics en situation de handicap : co-construction d'une offre ciblée.

Rôle du Parc national

Programmation annuelle de sorties adaptées.

Animation et encadrement de sorties adaptées par ses équipes.

Mise à disposition d'équipements.

Réalisation de supports pédagogiques adéquats.

Formation des gardiens de refuges et acteurs Esprit parc national - Vanoise...

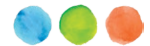


9.1 RENFORCER L'OFFRE DISPONIBLE AUTOUR DES BÂTIMENTS LABELLISÉS « TOURISME & HANDICAP »

ACTIONS

- > Assurer le maintien du label tourisme et handicap dans les refuges-portes et les maisons de Parc.
- > Proposer une offre de randonnée aux déficients moteur en s'appuyant notamment sur l'offre à proximité des refuges-portes du Parc : équipement et matériel adéquat (fauteuils roulants, module tout chemin...) à disposition, accessibilité facilitée.
- > Proposer des séjours adaptés dans les refuges-portes en lien avec le réseau concerné.
- > Mettre à disposition des outils de sensibilisation adaptés dans les refuges-portes.
- > Former les gardiens à l'accueil des personnes en situation de handicap.

On aura réussi si



- Tous les refuges-portes du Parc sont mobilisés pour l'accès du Parc aux personnes en situation de handicap.
- Chaque refuge-porte accueille au moins 1 groupe de personnes en situation de handicap par an.
- Tous les refuges-portes sont équipés du matériel nécessaire et adapté pour une bonne découverte du territoire avoisinant par des personnes en situation de handicap.

9.2 ACCOMPAGNER LES ACTEURS LOCAUX DANS LEUR INITIATIVE À DESTINATION DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

ACTIONS

- > Former les acteurs marqués aux besoins du public déficient : gardiens de refuge, AeM Esprit parc national - Vanoise...
- > Accompagner les collectivités qui souhaiteraient proposer des offres touristiques à leur intention en cœur de Parc notamment en proposant des animations de sensibilisation à l'environnement adaptées.
- > Promouvoir l'ensemble de l'offre accessible sur le territoire.

On aura réussi si



- Les acteurs concernés ont accès à des formations adaptées.
- Le Parc a pu répondre aux sollicitations des collectivités.
- Le territoire de la Vanoise s'inscrit dans les territoires réputés accessibles au sein du réseau des structures d'accueil des personnes en situation de handicap.

Indicateurs

Nombre d'offres adaptées proposées par année.
Nombre de groupes handicap accueillis dans les refuges.

Éléments de coût

Temps agent pour les animations.
Montant alloué par le Parc pour la mise en œuvre de sa politique handicap.

Rattachement de l'opération à la charte

3.1.2 et 3.1.3 et 3.8.1

3.1.2 b, g et 3.1.3 j et 3.8.1 f

L'observation de la fréquentation touristique...

CONTEXTE / ENJEUX

Afin d'évaluer l'attractivité du cœur de Parc, le suivi de sa fréquentation au moins en saison estivale est un bon indicateur. De 1996 à 2011, tous les 5 ans, le Parc a réalisé des campagnes de suivi de la fréquentation touristique estivale du cœur de Parc. Ces études basées sur des enquêtes de terrain et commandées à un prestataire externe, ont permis de mesurer l'évolution de la fréquentation et de communiquer sur les résultats auprès des acteurs et élus locaux :

- 757 290 visiteurs entre le 15 juin et le 15 septembre 2011
- + 5 % de fréquentation générale entre 2006 et 2011 mais - 5 % de visites pédestres sur la même période
- Rajeunissement des visiteurs : + 5 % sur la tranche 35 - 44 ans (25 % des visiteurs), - 6 % sur la tranche 55 ans et plus (33 % des visiteurs)
- + 9 % des visiteurs avec enfants (soit 32 %)
- + 2 % visiteurs étrangers (soit 10 %)
- 29 % des séjours touristiques viennent de Rhône-Alpes.

La donnée recueillie est de qualité mais le coût de ces campagnes de suivi reste important. D'autres outils permettant l'acquisition de données de fréquentation sur l'ensemble du territoire se sont également développés depuis.

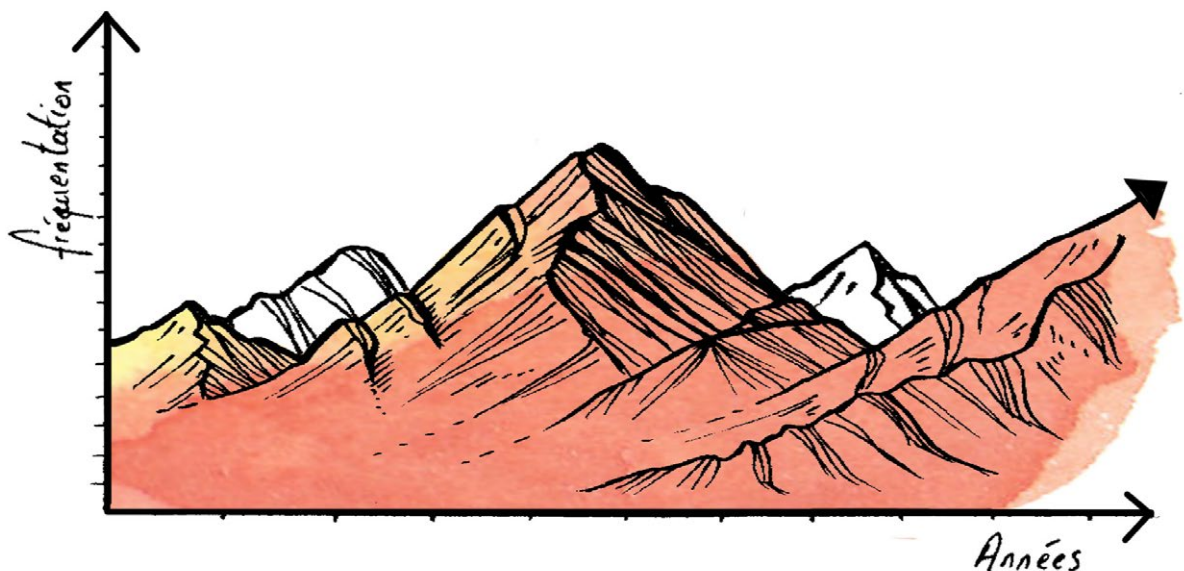
Il s'agit ici d'acquérir et de valoriser des données sur la fréquentation du cœur de Parc.

Partenaires mobilisés et leur rôle

Prestataire externe pour la réalisation des études :
évaluation de la fréquentation.
CD73 et SMBT pour l'échange de données.

Rôle du Parc national

L'étude est réalisée avant 2021.
L'étude concourt à un plan de communication ciblé sur les publics ne visitant pas le territoire.



10.1 SUIVI DE LA FRÉQUENTATION ESTIVALE EN CŒUR DE PARC

ACTIONS

- > Tester au cours de l'été 2017 une méthode basée sur les données des opérateurs de téléphonie mobile permettant d'évaluer le nombre de visiteurs, leur durée de présence sur le territoire, et leur origine. Des indications sur leur parcours au sein du cœur de Parc seront également collectées.
- > Analyser les données et les vulgariser en vue de la diffusion auprès des acteurs locaux.
- > Renouveler, si pertinent, l'opération annuellement. À terme, analyser la série de données et les évolutions associées.
- > Réorienter les actions en matière de gestion des portes d'entrée du Parc le cas échéant et les offres à destination des publics cibles minoritaires.
- > Compléter le cas échéant par quelques points de comptage par éco-compteurs pédestres ou routiers.
- > Partager l'information avec les autres gestionnaires du territoire (CD73, SMBT, etc.)

On aura réussi si

- La méthode et ses paramétrages permettent d'acquérir des données pertinentes pour l'établissement et le territoire.
- La diffusion de l'information sur le territoire apporte une information de qualité et nécessaire.
- Les décisions d'aménagement de site sont prises en intégrant les résultats des études de fréquentation réalisées.
- Les données permettent d'en savoir plus sur les types de clientèles qui fréquentent le Parc et leurs modes de consommation.

10.2 RETOUR CLIENTÈLE

ACTIONS

- > Faire une étude de retour clientèle.

On aura réussi si

- L'étude est réalisée avant 2021.
- L'étude concourt à un plan de communication ciblé sur les publics ne visitant pas le territoire.

Indicateurs

Qualité des données.
Nombre de partenaires à qui les données sont diffusées.

Éléments de coût

12 600 € annuel pour le suivi de la fréquentation par données mobiles sur la saison estivale.

Rattachement de l'opération à la charte

2.3.1
2.4.1

2.3.1.j
2.2.1.a

CONCLUSION PLAN D' ACTIONS DE LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

La pratique de **la montagne l'été** entre dans la catégorie des tourisms dit culturels, au sens où les personnes qui sont déjà venues ont été initiées ; elles sont alors amenées tôt ou tard à revenir par culture ou habitude, personnelle et familiale, La Vanoise étant un massif de haute montagne accessible, **l'accueil des jeunes et des familles y est essentiel** pour perpétuer une culture de la pratique montagnarde l'été. Cet enjeu a bien été intégré par le Parc qui le prend en compte dans les différents chantiers du protocole « Bien vivre en Vanoise ».

Si le plan d'actions tourisme pour la période 2018-2020 est le premier chantier à avoir abouti, il n'est pas pour autant isolé des autres stratégies d'intervention de l'établissement. Ainsi, **les stratégies de communication et d'animation** seront à la fois complémentaires et nécessaires à la bonne mise en œuvre des 10 opérations touristiques. Ceci est particulièrement vrai pour l'opération 1 : Bienvenue en Vanoise ! un parc plus accueillant qui ne peut pas se faire sans s'être assuré que le public a été ciblé à l'amont lors de la **promotion et la communication** sur le territoire.

Le tourisme expérientiel via la rencontre avec des femmes et des hommes du territoire est une clé majeure pour inscrire la découverte de la montagne dans la culture des adultes de demain, la **stratégie d'animation** visant à favoriser la richesses des échanges **entre les professionnels et les visiteurs** de tout âge participera largement à la bonne mise en œuvre des objectifs fixés.

Quant à l'image du territoire transmise lors des événements locaux, régionaux et nationaux, elle doit être collective, cohérente, pour rester forte et attractive. La stratégie d'animation apportera les précisions et la définition des moyens répondant à cette exigence.

Après le temps de la réflexion vient le temps de la mise en œuvre. Le Parc s'engage avec ses **partenaires** pour que **collectivement les résultats attendus soient atteints**. Le **comité de pilotage** qui a permis l'élaboration de ce plan d'actions se réunira une fois par an pour suivre les progressions et définir les ajustements nécessaires à une poursuite satisfaisante pour tous.



Siège de l'établissement public
Parc national de la Vanoise • 135 rue du Docteur Julliand • 73000 CHAMBÉRY
Tél. +33 (0)4 79 62 30 54 • accueil@vanoise-Parcnational.fr

.....
www.vanoise-Parcnational.fr

