

Annexe – Consultation Prestations d'accompagnement à l'élaboration d'une stratégie de communication transfrontalière



Enseignements issus des ateliers CCVT

Territoires, espaces protégés

Constat :

Tous les territoires concernés connaissent une hausse de la fréquentation, avec un public varié souvent peu sensibilisé aux codes de la montagne ou passant outre, notamment les locaux.

Le développement de certaines formes de pratique (ex. noctourisme) ou de leur "mise en scène" (réseaux sociaux, recherche d'instagrammabilité) accentue cette situation.

Il en résulte des impacts environnementaux et des tensions avec les activités traditionnelles (pastoralisme, agriculture, exploitation forestière) et entre pratiquants.

De nombreuses initiatives de sensibilisation sont déjà menées (campagnes Montagne Respect, guides de bonnes pratiques, maraudage, formations, outils pédagogiques), mais les différents territoires ne sont pas au même stade de prise en compte des problématiques, ni de moyens mis en œuvre pour agir.

Les actions ne sont pas coordonnées à l'échelle Annecy Mountains.

La présence/visibilité de personnel habilité au contrôle et à la sanction est efficace en complément de médiateurs de terrain.

Problématique :

Sans stratégie commune les actions portées par les différents acteurs voient leur efficacité limitée.

Certains publics sont particulièrement difficiles à toucher comme les locaux/habitués qui résistent aux messages (sentiment de légitimité, méconnaissance des enjeux).

Les élus doivent eux-mêmes être sensibilisés afin qu'ils soutiennent le financement des actions nécessaires car certains acteurs manquent de ressources pour déployer des actions à grande échelle ou les pérenniser (ex. : médiateurs, éco-gardes, formations).

Besoins identifiés :

Coordonner des actions de communication à un niveau "supra EPCI" pour renforcer leur efficacité.

Créer un espace partagé (drive, plateforme) pour centraliser les outils et ressources existants.

Harmoniser les messages pour éviter les contradictions.

Former ensemble les médiateurs, éco-gardes, et socioprofessionnels pour une cohérence des discours.

Capitaliser sur les retours d'expérience (ex. : patrouilles communes, sanctions ciblées, communication préventive).

Sensibiliser les élus (formations via l'Association des maires, kits d'acculturation).

Déployer plus de médiateurs/éco-gardes, surtout en période critique (été, événements).

S'inspirer d'autres territoires, transférer des outils (ex. : réservation pour le bivouac, cartes interactives).

Dans les messages, combiner pédagogie, humour et rappel des sanctions pour une approche progressive.

Impliquer les loueurs, accompagnateurs et organisateurs d'événements comme vecteurs de diffusion.

Mettre en place des supports officiels pour légitimer le discours de sensibilisation tenu par les sociopros.

Fournir des supports prêts à l'emploi (flyers, affiches, vidéos) pour faciliter l'adhésion des acteurs locaux.

Constat :

Les comportements inadaptés (non-respect des clôtures, traces non autorisées, bivouacs sauvages, déchets, etc.) attisent les tensions et risquent de multiplier les fermetures d'accès.

Les touristes sont généralement plus attentifs aux messages de sensibilisation que les locaux, qui se sentent souvent "chez eux" et adoptent des comportements irrespectueux.

Il existe déjà des outils de sensibilisation (panneaux, vidéos, charte du promeneur, animations, etc.), mais leur efficacité est limitée.

Les aménagements de franchissement de clôtures type passages canadiens permettent de limiter les problèmes à la source.

Des enjeux hivernaux (raquettes, ski de rando) émergent aussi avec des comportements inappropriés.

Problématique :

Les outils et messages de sensibilisation sont dispersés, il n'y a pas de stratégie commune aux différents acteurs.

Quelles ressources humaines pour assurer la présence sur le terrain (médiation, contrôle, verbalisation) ?

Des traces "sauvages" sont diffusées sur les plates-formes comme Strava sans modération.

Besoins identifiés :

Généraliser les passages canadiens pour limiter les conflits liés aux clôtures.

Mieux organiser et coordonner la communication entre tous les acteurs (forestiers, alpagistes, collectivités, offices de tourisme, organisateurs d'événements) pour éviter les redondances et renforcer l'impact.

Créer des vidéos, panneaux ou applications avec des messages percutants et accessibles.

Développer des animations pour les scolaires des bassins de proximité.

Informier/former les socioprofessionnels (guides, loueurs de VTT), et les organisateurs d'événements.

Renforcer la médiation humaine

Mettre en place des contrôles et des sanctions pour les comportements irrespectueux (bivouacs sauvages, etc.).

Constat :

Les OT et remontées mécaniques relaient des campagnes de sensibilisation existantes, mettent également en œuvre des actions de sensibilisation en propre et forment leur personnel.

Les niveaux d'intervention sont différents selon les territoires-soutiens, de la sensibilisation à la réglementation, voire la sanction.

Les pratiquants locaux (ex. traileurs, vététistes) sont souvent moins respectueux des règles que les visiteurs, car ils se sentent "chez eux".

Les tensions montent, avec la tentation de fermeture d'itinéraires de la part des propriétaires fonciers.

Il est nécessaire d'agir à une échelle collective pour être efficaces.

Problématique :

Difficulté à toucher les pratiquants locaux.

Manque d'outils harmonisés, avec des messages contradictoires entre territoires (ex. règles différentes sur le bivouac ou les chiens) et a minima un manque d'information sur les règles des autres secteurs.

Nécessité de prévoir des traductions pour toucher les visiteurs étrangers.

La médiation humaine semble la plus efficace mais nécessite des moyens.

Obligation de former chaque saison les nouveaux entrants des OT et RM.

Besoins identifiés :

Apporter une réponse coordonnée à la problématique du bivouac

Développer la sensibilisation par maraudage sur site.

Utiliser les temps "disponibles" pour sensibiliser les visiteurs (attente aux RM, trajets navettes,...)

Sensibiliser les touristes dès la location/achat de matériel.

Harmoniser les messages et créer des outils communs, avec de la simplicité et une tonalité ludique.

Mettre à disposition les outils via un portail commun et les présenter aux relais de communication en mode "séminaire".

Actualiser par des newsletters pour diffuser des informations mises à jour (ex. nouvelles réglementations, événements)

Former le personnel d'accueil et informer les sociopros à l'occasion des lancements de saison.

Indiquer les zones sensibles avec des alertes sur l'appli mobile.

Toucher les cibles "pratiquants locaux avec des interventions intégrées dans les AG des clubs ou les événements locaux, intervenir dans les écoles des bassins de proximité.

Constat :

Les clubs sont vigilants quant aux comportements de leurs adhérents lors des sorties (rappel des règles etc.) et ils diffusent des chartes, parfois en les intégrant dans le parcours d'adhésion.

Certaines fédérations (FFCAM) mettent en place des formations pour les encadrants sur les enjeux environnementaux.

Les clubs qui mènent des actions spécifiques de sensibilisation constatent : "on ne récupère que les gens déjà sensibilisés".

Problématique :

Il est parfois difficile d'avoir l'information sur les actions de sensibilisation de la CCVT et autres acteurs, ou d'avoir cette information suffisamment tôt pour se rendre disponible.

Les actions de sensibilisation sont plus efficaces quand elles se déroulent "dans l'activité" plutôt que d'être traitées à part.

Même pour des pratiquants ou encadrants avertis, de nouveaux enjeux demandent à être explicités, ou de nouvelles données diffusées (ex. impact comparé des éclairages nocturnes en trail)

Besoins identifiés :

Mettre à disposition des clubs des kits de communication (affiches, messages types, supports numériques).

Proposer des éléments de charte d'engagement aux clubs qui n'en disposent pas encore

Centraliser les informations (calendrier des actions de sensibilisation de la CCVT et autres acteurs, sensibilités locales) pour une diffusion plus large et anticipée.

Former les encadrants sur des modules relatifs aux enjeux locaux (pastoralisme,...) en complément de leurs formations fédérales.

Diffuser vers les clubs les outils de sensibilisation existants pour qu'ils soient largement répercutés auprès des adhérents via leurs newsletters et réseaux sociaux.

Profiter des sorties, AG et événements sportifs des clubs pour intégrer des temps de sensibilisation (ex. ateliers courts, stands).

Cibler les pratiquants par activité (ex. trail de nuit, VTT) avec des messages adaptés.

Organiser des rencontres avec les gestionnaires d'espaces (agriculteurs, forestiers) pour une meilleure compréhension des réalités locales.

Constat :

Les pratiquants en club sont globalement respectueux car les encadrants bénévoles ou professionnels sont formés pour effectuer un travail de sensibilisation auprès d'eux, et si des incidents sont repérés les règles sont rappelées à leurs auteurs (respect de la charte).

Les pratiquants hors cadre fédéral peuvent poser problème du fait d'une pratique plus occasionnelle (non maîtrise du VTT, méconnaissance des usages) ou d'une pratique experte mais peu avertie ou peu soucieuse des usages.

Problématique :

Difficulté de sensibiliser les pratiquants non fédérés, MBF agit mais il est nécessaire de diffuser des règles claires.

En l'absence d'itinéraires officiels/négociés ou d'espaces dédiés type "trail center", les vététistes locaux ont plus tendance par défaut à aller fréquenter des secteurs où des conflits d'usages peuvent alors se déclarer. Les projets dans ce domaine sont en attente sur le périmètre Annecy Mountains alors qu'ils présentent aussi un intérêt économique (cf. Four Seasons dans la Drôme)

Le dialogue avec les représentants de l'ONF en tant que gestionnaire d'espace est parfois compliqué, localement très tendu, et les suites de certains chantiers forestiers sur les itinéraires VTT accentuent les tensions.

Besoins identifiés :

Faire aboutir les projets d'aménagements pour réduire les conflits d'usage à la source :

- apporter des arguments à destination des décideurs en faveur de l'aménagement d'itinéraires et espaces dédiés
- leur montrer sur site des exemples concrets

Partage/cohabitation avec les autres usages :

- signaler clairement sur place le statut des itinéraires partagés
- inciter les vététistes à utiliser une sonnette pour se signaler
- assurer une bonne communication sur les chantiers forestiers en cours impactant des itinéraires VTT

(déjà transmis le 11/12/25 par Marjorie)

Constat :

Le public qui loue un VTT est une clientèle peu avertie, qui va suivre les sentiers balisés et qui ne vapas s'aventurer au-delà.

Le public averti (plutôt « local »), est potentiellement celui qui sortira des sentiers aménagés pour aller chercher une autre « expérience ».

Problématique :

Comment pérenniser l'offre de parcours et la pratique VTT en montagne ?

- Maîtrise foncière des parcours – aménagement adéquates (avec la prise en compte de l'activité agricole).
- Pédagogie envers les alpagistes sur le fait que les clients sont sensibilisés et respectent la plupart du temps l'espace montagne (le bien accueillir)
- Pédagogie envers la clientèle (avertie et non avertie) sur les codes à respecter en montagne lors de leur pratique (le bien pratiquer)

Besoins identifiés :

Sur le digital, pour ceux qui ont un site web dédié :

- Communiquer sur les parcours officiels (conventionnés- entretenus- balisés) auprès de la clientèle avec éventuellement la possibilité de charger les traces GPX.
- Communiquer sur la notion de « codes en montagne » sur des volets : milieux naturels - espaces sensibles / pratique VTT sur les sentiers / vie en alpage / cohabitation des usages sur les sentiers (rando- trail- VTT)
- Communiquer sur la valeur ajoutée d'être accompagné par un professionnel lors d'une sortie VTT

Une sensibilisation auprès des plus jeunes :

- Actions via les écoles ?
- Actions via les encadrants et club

Une transmission des connaissances notamment environnementales - milieux naturels...etc.

- Envers les nouveaux encadrants

Constat :

Les pratiquants encadrés sont relativement à l'écoute des consignes données, les problèmes se posent plus souvent à l'occasion de contacts avec d'autres usagers sur le terrain.

Les pratiquants "locaux" (bassins urbains) sont peu réceptifs aux messages de sensibilisation.

Les encadrants connaissent relativement peu les outils de sensibilisation existants.

Ceux qui en utilisent se basent surtout sur des supports carto, certains relaient des messages via leurs réseaux sociaux ou sites internet.

Problématique :

Il faudrait avoir facilement des informations précises sur les sensibilités de tel ou tel secteur.

Manque d'information sur les règles concernant le bivouac.

Méconnaissance des comportements à adopter avec les chiens de protection.

Difficulté à se rendre disponible pour des formations selon les thèmes, les lieux ou le calendrier.

Besoins identifiés :

Renforcer la signalétique "officielle" avec des panneaux clairs aux points de départ (ex. parkings, remontées mécaniques) pour rappeler les règles à tous.

Bien signaler les sentiers partagés.

Fournir des contenus numériques clés en mains pour faciliter leur diffusion sur les réseaux sociaux des encadrants et améliorer leur efficacité.

Faire des informations auprès des regroupements d'encadrants en choisissant le bon moment (pas toujours facile à ajouter à l'ordre du jour d'une AG).

Des modules de formation courts sur des informations précises, des savoir-faire utiles (chiens de protection, gestion de conflit, argumenter sur des règles contraignantes,...).

Pour sensibiliser les locaux et les non-encadrés, s'appuyer sur les loueurs et revendeurs en intégrant des messages systématiques en magasin.

Passer par des interventions type "savoir rouler à vélo" pour sensibiliser les scolaires/collégiens au "savoir rouler dans la campagne/montagne".

Constat :

Augmentation de la fréquentation avec des publics qui n'ont pas de culture montagne et adoptent des comportements inappropriés (déchets, eau, hors-sentiers).

Des gardiens organisent des briefings le soir avant le repas pour expliquer les règles, relaient la campagne "Montagne Respect", co-organisent des animations avec des scolaires ou des associations

Les offices de tourisme relaient l'information avant de monter en refuge, mais avec des limites (manque de temps, messages peu clairs).

Les locaux, qui pensent "connaître les codes", sont souvent moins réceptifs aux rappels que les touristes.

Problématique :

Les gardiens manquent de temps pour sensibiliser, surtout en haute saison.

Discours confus sur le bivouac : chaque refuge ou commune applique ses propres règles, certains pratiquants installent leurs tentes comme en camping (au-delà d'une nuit).

Manque de médiateurs : peu de structures ont des éco-gardes ou des services civiques pour faire du maraudage et rappeler les règles.

Les parkings aux abords de certains refuges (ex. Col des Annes) sont saturés, les gens arrivent au refuge déjà tendus à cause des problèmes de stationnement.

Besoins identifiés :

Messages simples et humoristiques aux points de départ (parkings, refuges).

Jeux de piste, quiz, livrets pour expliquer le fonctionnement du refuge et du milieu montagnard.

Vidéos courtes pour expliquer les bonnes pratiques (ex. gestion de l'eau, respect des alpages, comment se comporter face à un chien de protection, gérer ses déchets).

Cartes interactives avec les zones de bivouac autorisées et les règles associées, localisation des zones sensibles (ex. alpages, points d'eau).

Mise à disposition de fiches, affiches, et liens pour les gardiens et offices de tourisme.

Formations et échanges entre gardiens pour partage d'expériences et de bonnes pratiques.

Harmoniser la réglementation et le discours sur le bivouac avec des messages clairs et cohérents.

Créer des aires de bivouac "encadrées" (ex. avec réservation, limites de durée).

Maraudage : Présence de médiateurs pour rappeler les règles et gérer les flux.

Utiliser le temps de trajet des navettes pour informer sur les bonnes pratiques.

Restreindre l'accès aux véhicules privés sur certains sites (ex. Col des Annes) avec parking relais pour désengorger les sites.

Affichages dans les villes pour toucher les locaux.

Intégrer des rappels dans les magasins (ex. règles du bivouac, consignes etc.).

Constat :

Les participants sont informés des consignes via des briefings, des newsletters, des règlements en ligne, et parfois des vidéos (MaxiRace).

Les accompagnants sont pointés comme une source d'incivilités (stationnement sauvage, accès non autorisés, dérangement des riverains et des animaux).

Les reconnaissances avant course génèrent aussi une fréquentation qui peut poser problème, les organisateurs essayent donc de ne diffuser les traces GPX que tardivement ou en balisant uniquement en physique le parcours le jour de l'épreuve.

Problématique :

Les participants et accompagnants ne lisent pas toujours les règlements ou les consignes

Les newsletters, mails et briefings ne suffisent pas à sensibiliser durablement

Manque de contenus pédagogiques clés en main (vidéos, visuels) pour sensibiliser efficacement les participants et les locaux.

Les accompagnants sont rarement ciblés directement par les campagnes de sensibilisation.

Besoins identifiés :

Outils adaptés aux accompagnants : messages ciblant spécifiquement ce public, via des canaux accessibles (réseaux sociaux, stands sur les villages départ/arrivée, flyers).

Création de vidéos courtes, visuels percutants, messages clés en main (humoristiques ou chocs) pour marquer les esprits, vidéos avec des locaux (alpagistes, forestiers).

Travail avec les plateformes pour limiter la visibilité des traces pendant les événements ou intégrer des alertes sur les zones sensibles.

Harmonisation des communications entre organisateurs, collectivités (ex. : CCVT), et acteurs locaux pour éviter les contradictions et amplifier l'impact des messages.

Multiplier les stands de sensibilisation sur les villages départ/arrivée et les points de ravitaillement, avec des animateurs formés.

Mutualiser les retours d'expérience entre organisateurs (ex. : système de navettes, parkings relais, partenariats avec les remontées mécaniques).

Encourager les coureurs à relayer les consignes à leurs accompagnants.

Aide logistique (gendarmerie, polices municipales) pour faire respecter les consignes.

Mise à disposition de kits de sensibilisation (vidéos, affiches) par les parcs, les communes, ou les fédérations sportives.

Mettre en place des enquêtes post-événement pour mesurer l'efficacité des actions de sensibilisation et ajuster si besoin.

Annexe – Consultation
Prestations d'accompagnement à l'élaboration d'une stratégie de communication transfrontalière



France – Italie ALCOTRA



Alp'Respect

Annexe – Consultation Prestations d'accompagnement à
l'élaboration d'une stratégie de communication transfrontalière



Enseignements issus des ateliers Unité

Alp'Respect
Montagnes fragiles, montagnes durables
Fiche de collectes des besoins

Territoire : Unité des Communes valdôtaines Mont-Rose

Compilateur : Vuillermoz Donatella

Date : 13.04.2026

Contribution : homme politique, informaticien, passionné de montagne et de sports de plein air

En Vallée d'Aoste les professions du tourisme sont codifiées et normées. L'idée qui a guidé les interventions normatives est celle de former un « professionnel de la montagne » qui puisse travailler toute l'année.

L'exercice des professions de guide touristique, d'accompagnateur touristique, de guide de la nature, d'accompagnateur de tourisme équestre, de moniteur de vélo tout terrain et de cyclisme de randonnée, de directeur des pistes de ski, de pisteur-secouristes est subordonné à la possession du certificat d'aptitude y afférent et à l'inscription au tableau professionnel régional, aux termes des lois régionales n. 1 du 21 janvier 2003 et n. 2 du 15 janvier 1997.

La profession de gardien de refuge de montagne a été abrogée le 22/12/2021.

Pour ce qui concerne le territoire de l'Unité, les professions qui intéressent sont les suivantes.

Profession	Description	Loi pertinente
Accompagnateur touristique	L'accompagnateur touristique est un professionnel qui accompagne des personnes ou des groupes dans des voyages sur le territoire national ou à l'étranger, veille au respect du programme établi par les organisateurs et assure les services d'aide nécessaires pendant toute la durée du voyage en fournissant entre autres les renseignements d'intérêt touristique sur les régions traversées lorsque ceux-ci ne sont pas du ressort des guides touristiques.	LR 01/2003
Guide touristique	La guide touristique est un professionnel qui accompagne des personnes ou des groupes dans des visites aux œuvres d'art, monuments, musées, galeries et sites archéologiques afin d'illustrer les caractères historiques, artistiques, monumentaux, paysagers et ethnographiques qui y sont rattachés ainsi que les ressources productives du territoire.	LR 01/2003
Guide de la nature	La guide de la nature est un professionnel qui accompagne des personnes ou des groupes dans le but de leur faire connaître et apprécier le paysage et les beautés naturelles ainsi que les aspects ethnographiques, topographiques et les produits des régions traversées. Il peut par ailleurs effectuer des visites guidées dans les musées de sciences naturelles ou dans des lieux d'exposition à caractère naturel et écologique, parcs et centres d'accueil pour les visiteurs, aires protégées, jardins botaniques et assimilés. L'activité du guide de la nature se déroule dans des zones de montagne ou non, sur des pentes herbeuses ou détritiques, à l'exclusion des trajets - long ou courts - sur des parois rocheuses ou des glaciers, ainsi que sur tout itinéraire qui, du fait de sa difficulté, comporte l'utilisation de la corde, du piolet et des crampons.	LR 01/2003 DGR 2167/2013

Annexe – Consultation

Prestations d'accompagnement à l'élaboration d'une stratégie de communication transfrontalière

Moniteur de VTT	Le moniteur de vélo tout terrain (VTT) est la personne dont la profession consiste à accompagner des individus ou des groupes dans le cadre d'itinéraires, de randonnées et d'excursions en vélo tout terrain, qui assurent à ses clients une assistance technique et mécanique et leur fournit des renseignements d'intérêt touristique sur les endroits traversés. Il peut également leur enseigner la pratique du vélo tout terrain.	
Pisteur-secouriste	Le pisteur-secouriste est chargé de récupérer les blessés et de leur fournir les premiers secours sur les pistes de ski. Il exerce aussi d'autres fonctions diverses compte tenu de l'organisation de chaque site et, notamment, collabore aux opérations d'entretien, d'ouverture et de fermeture des pistes ainsi qu'à l'information des usagers.	LR 2/1997
Moniteur de ski	Un moniteur de ski est un professionnel qui accompagne et/ou apprend - même de manière non exclusive et non continue - à des personnes isolées ou à des groupes la pratique du ski, dans ses différentes disciplines comportant l'utilisation de tout type d'équipement, dans le cadre de domaines skiables équipés, de pistes de ski, d'itinéraires destinés au ski, de pentes et de parcours skiables tracés éventuellement sur les neiges éternelles et non équipés de remontées mécaniques, de parcours de ski hors-piste et de randonnées à ski, avec la remontée des pentes également en peaux de phoques et en raquettes à neige ; ladite activité ne doit toutefois pas exiger l'utilisation de techniques et d'équipements relevant de l'alpinisme, tels que cordes, piolets et crampons.	LR 44/1999
Guide de haute montagne	Toute personne qui exerce à titre professionnel, quoique d'une manière discontinue et non exclusive, les activités d'accompagnement de personnes dans des excursions ou des ascensions en milieu montagnard ; d'accompagnement de personnes dans des excursions de ski de randonnée, de ski alpinisme et en hélicoptère ; d'enseignement des techniques d'alpinisme, d'escalade sur rocher, glace ou structure artificielle, de ski alpinisme et de ski hors-piste, à l'exclusion des techniques de ski alpin et de ski de fond ; d'entraînement aux pratiques de compétition dans les disciplines ci-dessus. L'exercice à titre professionnel de ces activités, sur tous terrains, sans limitations en termes de difficulté et, pour ce qui est des excursions de ski de randonnée, hors des stations équipées, des pistes de ski alpin ou des pistes de ski de fond ou, en tout état de cause, là où l'utilisation de techniques et d'équipements d'alpinisme peut être nécessaire, est réservé aux guides de haute montagne inscrits au tableau professionnel régional.	LR 7/1997

Source : https://gestionwww.regione.vda.it/asstur/professionisti_del_turismo/default_f.asp

Du point de vue touristique, la zone dispose d'au moins trois atouts majeurs :

- la proximité géographique avec le Nord-Ouest, qui représente un bassin potentiel énorme.
- l'environnement et le sport de plein air, avec une offre allant de la simple promenade à la pratique sportive la plus exigeante : le ski sous toutes ses formes, le canyoning, le trekking.
- le fond de la vallée, qui abrite des sites culturels d'importance, mais qui ne sont actuellement pas mis en réseau.

Malgré ces potentialités, certaines limites structurelles apparaissent.

Annexe – Consultation

Prestations d'accompagnement à l'élaboration d'une stratégie de communication transfrontalière

L'individualisme est encore très fort, bien qu'il tende à s'atténuer, notamment au sein des communes. On a tendance à investir dans les infrastructures, mais beaucoup moins dans la formation des personnes. Un exemple concret : de nombreux établissements d'hébergement n'utilisent pas les réseaux sociaux ni les outils numériques de base.

Ces structures, bien que de petite taille, restent ouvertes presque toute l'année, mais sans les compétences adéquates, elles demeurent fragiles et peu compétitives.

Un exemple emblématique est le *Cammino Balteo* : un projet d'environ 4 millions d'euros, comprenant trois étapes sur le territoire. Formellement réalisé, il n'a pourtant jamais été véritablement « vendu » et reste donc peu valorisé.

En synthèse, la zone a tous les atouts en main pour être une destination touristique quatre saisons, mais il manque une coordination et la capacité de construire une offre cohérente.

Il manque également les informations de base, notamment avec l'émergence de l'économie souterraine des locations touristiques, après que la LR 11/2023 a imposé l'obligation des déclarations, du paiement de la taxe de séjour et des communications à la Préfecture de police (Questura). Dans ce cas également, fournir un « pack » de formation, accompagné d'informations « clés en main » destinées aussi aux gérants, pourrait avoir des retombées majeures sur le territoire.

Territoire : Unité des Communes valdôtaines Mont-Rose

Compileur : Vuillermoz Donatella

Date : 21.04.2026

Contribution : femme politique, viticultrice, entrepreneur

En général, le territoire est marqué par l'absence de capacité d'accueil (en termes de nuitées) et par l'absence de réseau : il manque un intermédiaire pour jouer le rôle de pivot entre tous les acteurs locaux.

Certaines entreprises manquent de vision et ne bénéficient d'aucun accompagnement pour les stimuler ou les guider vers l'innovation. Tout repose sur le potentiel individuel.

Un intermédiaire pourrait favoriser une vision commune, en mettant en lumière les opportunités de développement pour le territoire, le commerce et le tourisme.

Il manque, par exemple, une présence régulière sur les réseaux sociaux. La promotion du territoire n'est pas affirmée, et les initiatives restent timides et isolées. Il serait plus efficace que les publications soient systématiquement relayées par les différents acteurs afin de renforcer la visibilité de la région. Par exemple : je promeus mes apéritifs sous la pergola avec une photo des gressins de *Bonne Vallée* en taguant leur page, de manière à ce qu'ils puissent partager à leur tour, doublant ainsi l'audience potentielle.

À ce jour, la Basse Vallée manque de culture de réseau, mais aussi de connaissance fine du territoire.

Territoire : Unité des Communes valdôtaines Mont-Rose

Compileur : Vuillermoz Donatella

Date : 14.05.2026

Contribution : Guide de la nature, garde-parc pour le Parc du Mont-Avic

Annexe – Consultation

Prestations d'accompagnement à l'élaboration d'une stratégie de communication transfrontalière

En ce qui concerne l'activité de guide et de garde-parc, on constate dans les touristes et les locaux une série de points critiques d'ordre comportemental, liés à l'ignorance.

De nombreux usagers du parc ne connaissent pas la différence entre une aire protégée et un parc animalier, et s'attendent à un zoo sur le modèle de *Zoom* (zoo de Turin). En effet, les principales questions posées à l'accueil du Centre des visiteurs sont : à quelle heure ouvre-t-il ? Combien ça coûte ? Il y a beaucoup d'ignorance et de confusion entre une aire protégée et un jardin zoologique.

La montagne est perçue comme un espace de liberté et, par conséquent, associée à la phrase « je peux faire ce que je veux », une idée de « quartier libre ». Et ce concept se retrouve également dans la mentalité de nombreux habitants locaux, qui restent ancrés dans le concept « on a toujours fait comme ça ».

De là découlent, y compris de la part des opérateurs touristiques, des comportements incorrects ainsi que leur diffusion, avec des commerçants et des gestionnaires de refuges/structures qui donnent des informations erronées ou obsolètes.

L'exemple le plus flagrant est celui du chien, pour lequel la laisse est obligatoire, ou encore la disposition réglementaire péremptoire qui impose de rester sur les sentiers, ou l'interdiction de baignade dans les lacs (pour des raisons liées à la protection des écosystèmes aquatiques et à la conservation des habitats alpins).

Le respect des petites règles fait également toujours défaut : ne pas détruire les champignons, ne pas cueillir les fleurs, ne pas crier pour ne pas déranger les animaux. Ne pas utiliser d'enceintes musicales.

Le problème du surtourisme (*overtourism*) est réel, surtout pour les endroits magnifiques, connus et très relayés sur les réseaux sociaux.

La vallée de Champorcher, en revanche, pâtit de son manque d'accessibilité et de sa distance par rapport au centre régional.

L'une des plus grandes difficultés pour les groupes scolaires est en effet l'accès au parc du Mont Avic pour les activités, ainsi qu'aux Centres des visiteurs de Champorcher et de Champdepraz. Les écoles participeraient volontiers, mais elles ne savent pas comment s'y rendre. Cela amène à une réflexion sur l'amélioration des transports locaux et sur l'articulation entre les différents systèmes de mobilité, comme l'autocar et le train.

Avec l'accessibilité de la technologie, de nouveaux problèmes surgissent dans la gestion des usagers du parc, par exemple avec les problèmes de survol par drone en zone protégée (zone d'interdiction de vol / *No-Fly Zone*). Les petits drones ne nécessitent pas de brevet de pilote, mais ils sont tout de même considérés comme des aéronefs ; par conséquent, le survol est interdit.

Pietro signale les suivant lien sur des projets similaires :

- Be part of the mountain <https://www.bepartofthemountain.org/it/organisation>
- Live NaturAlps: <https://www.alpine-space.eu/project/livealpsnature/>
- EcoAlp <https://new.regione.vda.it/europa/fondi-e-programmi/cooperazione-territoriale/progetto-eco-alp-2050>

Territoire : Unité des Communes valdôtaines Mont-Rose

Compileur : Vuillermoz Donatella

Date : 17.06.2026

Contribution : Guide touristique

Annexe – Consultation

Prestations d'accompagnement à l'élaboration d'une stratégie de communication transfrontalière

Interreg



Cofinancé par
l'Union Européenne

France – Italie ALCOTRA



Alp' Respect

L'offre touristique de la Basse Vallée est remarquable et diversifiée, mais elle doit être orientée en fonction du public cible. En effet, lors d'une première visite, les touristes recherchent les produits « Star », qui sont pour la Basse Vallée le Fort de Bard et son bourg, la voie romaine de Donnas et le pont romain de Pont-Saint-Martin. L'activité de promotion doit être orientée sur ces données, pour réagir au premier problème : la fragmentation.

Il manque un intermédiaire qui relaye les communications des différentes initiatives « Visit qc ». Une commune ne peut pas relayer la commune voisine, d'une part à cause de la concurrence, d'autre part pour ne pas créer de confusion sur ce que l'on peut trouver sur le territoire, notamment en ce qui concerne les monuments ou les sentiers. Le territoire devrait donc être valorisé à un niveau supérieur pour donner une vue d'ensemble à 360°.

Les atouts à jouer, bien que très spécialisés, sont nombreux. Il y a par exemple le tourisme de niche. Il est recherché par des touristes qui, après avoir visité les grands lieux de production (Valpolicella, Roero, Langhe...), recherchent le producteur local. Pour ces touristes, au moment de la promotion, on cherche l'effet d'entraînement des « grands ».

En ce qui concerne la « silver economy », le territoire en lui-même n'aide pas, car il limite forcément l'offre : un exemple est donné par la programmation, pour les seniors, de parcours en descente et non en montée, comme du Fort de Bard à Donnas et jamais l'inverse.

Le travail à l'année en tant que guide est garanti principalement par deux facteurs : la diversification des publics (les écoles en basse saison, les touristes en haute saison) et le fait de parler quatre langues.

L'Italien a tendance à se déplacer le week-end, pour les vacances et pendant les ponts. Les étrangers évitent les périodes d'affluence et s'organisent pour des séjours plus longs et à des périodes différentes, également en fonction des différentes vacances scolaires au cours de l'année.

La désaisonnalisation reste cependant très difficile à mettre en œuvre dans certains endroits : en juin, par exemple, tout est fermé à Champorcher. Ils ont un tourisme basé sur les remontées mécaniques ; si les installations sont fermées, les structures d'hébergement le sont aussi.

Il est d'ailleurs juste que certaines zones restent en l'état, à condition d'être conscients que, pour elles, le développement du tourisme doit prendre une autre direction.

Toujours au chapitre des points critiques, on enregistre une diminution constante du civisme : fumer là où c'est interdit, s'asseoir là où il est interdit de toucher...

Sans compter le manque de respect de la part des habitants locaux, conforté principalement par le « on a toujours fait comme ça », avec pour résultat que la voie romaine de Donnas est pleine de déjections canines.

Annexe – Consultation

Prestations d'accompagnement à l'élaboration d'une stratégie de communication transfrontalière

Annexe – Consultation Prestations d'accompagnement à
l'élaboration d'une stratégie de communication transfrontalière



FICHE PROJET Alcotra Alp'respect

**MONTAGNES FRAGILES,
MONTAGNES DURABLES**
SENSIBILISER POUR MIEUX PRÉSERVER



<https://youtu.be/MmmSDi14VoQ>

1. Contexte et enjeux

Depuis la fin de la pandémie, l'engouement pour la montagne s'est intensifié, entraînant une hausse de fréquentation des espaces alpins. Si cette dynamique favorise l'économie locale et la diversification des pratiques, elle pose également des défis en matière de préservation des écosystèmes et de cohabitation entre les différents usagers. Face à ces enjeux, une approche transfrontalière est essentielle pour assurer une gestion durable des flux touristiques et renforcer la sensibilisation aux bonnes pratiques.

2. Objectifs du projet

- Sensibiliser et responsabiliser les visiteurs et les acteurs locaux pour la protection des espaces naturels de montagne, en promouvant une nouvelle « culture du territoire en milieu montagnard ».
- Mettre en place des outils et actions pour une gestion raisonnée des flux touristiques.
- Favoriser la coopération transfrontalière pour une approche harmonisée et efficace.

3. Actions principales

1. Contesto e sfide

Dalla fine della pandemia, l'interesse per la montagna è aumentato notevolmente, determinando l'incremento della frequentazione degli spazi alpini. Tale dinamica favorisce sì l'economia locale e una diversificazione delle modalità di fruizione, ma pone anche sfide importanti in termini di conservazione degli ecosistemi e di convivenza tra i diversi fruitori. Di fronte a queste sfide, un approccio transfrontaliero è essenziale per assicurare una gestione sostenibile dei flussi turistici e rafforzare la sensibilizzazione alle buone pratiche.

2. Obiettivi del progetto

- Sensibilizzare e responsabilizzare visitatori e attori locali alla tutela degli spazi naturali montani, promuovendo una nuova "cultura del territorio in ambiente montano".
- Attuare strumenti e azioni per una gestione ponderata dei flussi turistici.
- Favorire la cooperazione transfrontaliera per un approccio uniforme ed efficace.

3. Azioni principali

- **Élaboration d'une charte transfrontalière des bonnes pratiques** pour harmoniser les messages de sensibilisation.
- **Intégration des messages de sensibilisation dans les applications locales.**
- **Conception de capsules vidéo multilingues**, percutantes et accessibles à un large public.
- **Sensibilisation des socioprofessionnels** à travers des journées de formation dédiées.
- **Mise en place d'un cadre d'échange** entre les acteurs français et italiens pour partager expériences et bonnes pratiques.
- **Elaborazione di una carta transfrontaliera delle buone pratiche** per uniformare i messaggi di sensibilizzazione.
- **Integrazione dei messaggi di sensibilizzazione nelle piattaforme locali.**
- **Creazione di brevi video multilingui**, incisivi e accessibili a un ampio pubblico.
- **Sensibilizzazione delle figure professionali turistiche** attraverso giornate di formazione dedicate.
- **Impostazione di un quadro di scambio** tra attori francesi e italiani per condividere esperienze e buone pratiche.

4. Résultats attendus

- Une meilleure prise de conscience et adoption des bonnes pratiques environnementales par les visiteurs.
- Adoption d'outils de promotion, d'information et de communication, tant physiques que numériques, et utilisables par les deux partenaires.
- Une réduction des impacts négatifs sur les écosystèmes fragiles.
- Création d'une « culture locale en milieu montagnard », tant par la formation des adultes que dans les écoles.
- Sensibilisation des acteurs locaux et des usagers à la coexistence.
- Une coordination renforcée entre les territoires alpins pour éviter le report des problématiques d'un secteur à un autre.

4. Risultati attesi

- Maggiore consapevolezza e adozione di buone pratiche ambientali da parte dei visitatori.
- Adozione di strumenti di promozione, informazione e comunicazione, sia fisici, sia digitali, e utilizzabili da entrambi i partner.
- Riduzione degli impatti negativi sugli ecosistemi fragili.
- Creazione della “cultura del territorio in ambiente montano”, sia attraverso la formazione degli adulti, sia nelle scuole.
- Sensibilizzazione degli operatori territoriali e dei fruitori alla coesistenza.
- Rafforzamento della coordinazione tra i territori alpini per evitare il trasferimento dei problemi da una zona all'altra.

5. Partenaires du projet

- **Partenaires officiels (financés par le projet) :**
 - o Communauté de Communes de la Vallée de Thônes (CCVT)
 - o Unité des Communes Valdôtaines Mont-Rose
- **Autres partenaires (non financés/observateurs/partenaires techniques) :**
 - o Experts en gestion environnementale et tourisme durable
 - o Organismes de formation et de sensibilisation
 - o Réseaux associatifs locaux

6. Durée et localisation

- **Durée :** 18 mois (du 01/04/2026 au 30/09/2027)
- **Zone d'intervention :** Territoires alpins franco-italiens (Vallée de Thônes en France, Vallées du Lys et de Champorcher en Italie)

7. Financement

Projet déposé via un Micro-Projet dans le cadre du programme ALCOTRA.

8. Contact

CCVT

Thomas ROSINSKI

Chargé de mission politiques contractuelles

[CCVT](#) – Communauté de Communes des Vallées de Thônes
14 rue Bienheureux Pierre Favre
74 230 Thônes
Tél : 06.87.23.84.08
trosinski@ccvt.fr

5. Partner del progetto

- **Partner ufficiali (finanziati dal progetto):**
 - o Communauté de Communes de la Vallée de Thônes (CCVT)
 - o Unité des Communes Valdôtaines Mont-Rose
- **Altri partner (non finanziati/osservatori/partner tecnici):**
 - o Esperti in gestione ambientale e turismo sostenibile
 - o Organismi di formazione e sensibilizzazione
 - o Reti associative locali

6. Durata e localizzazione

- **Durata:** 18 mesi (dal 01/04/2026 al 30/09/2027)
- **Area di intervento:** Territori alpini franco-italiani (Valle di Thônes in Francia, Valli del Lys e di Champorcher in Italia)

7. Finanziamento

Progetto presentato come Micro-Progetto nel quadro del programma ALCOTRA.

8. Contact

Unité des Communes valdôtaines Mont-Rose

Donatella Vuillermoz

Istruttrice dei programmi di sviluppo

[Unité des Communes Valdôtaines Mont-Rose](#)
Via Perloz 44
11026 Pont-Saint-Martin (AO)
Tel : 0125/807873
don.vuillermoz@cm-montrose.vda.it

Un projet financé dans le cadre du programme/

Progetto finanziato nell'ambito del programma :

Interreg



Cofinancé par
l'Union Européenne
Cofinanziato
dall'Unione Europea

France – Italia ALCOTRA

Annexe – Consultation Prestations d'accompagnement à
l'élaboration d'une stratégie de communication transfrontalière



Le guide des bons comportement en montagne

LE GUIDE

des bons comportements en montagne



Pour accéder aux départs de randonnées, privilégie le covoiturage ou les navettes saisonnières gratuites -> Horaires sur aravisbus.fr

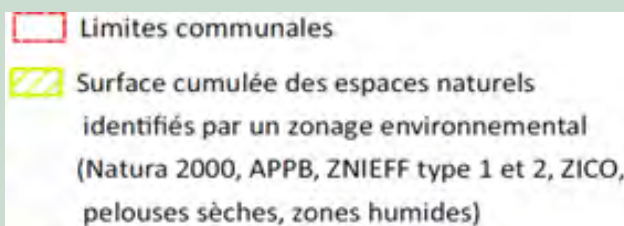


RESPECTER LES ESPACES NATURELS

61% des espaces naturels de la Communauté de Communes des Vallées de Thônes (CCVT) bénéficient d'une reconnaissance environnementale

Les massifs montagneux, les lacs et les rivières sont des espaces récréatifs, de sports de pleine nature et de détente, mais aussi le lieu d'activités économiques (stations de ski, exploitation forestière, alpage...).

Pour les préserver, il convient de concilier les usages et d'adapter son comportement pour respecter et aider la préservation des milieux et des espèces.



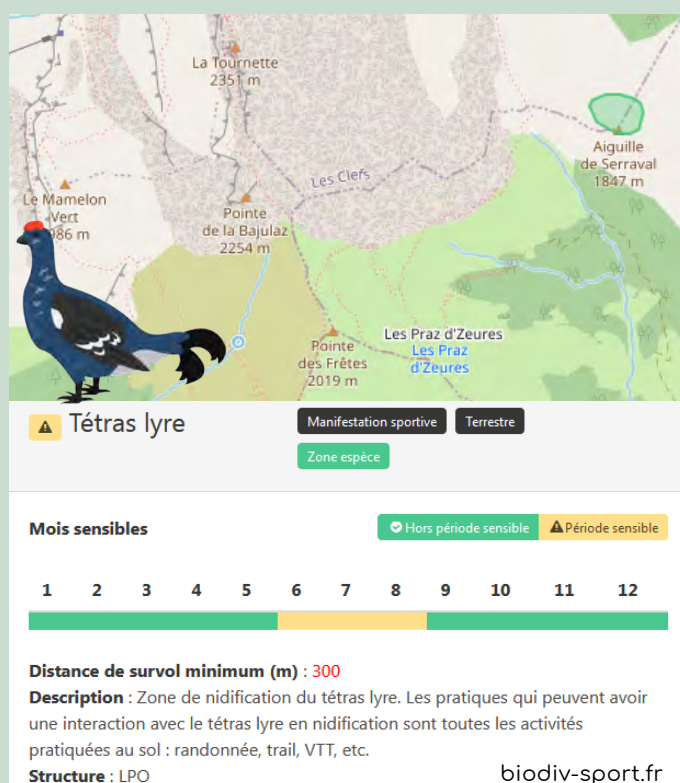
LES BONS COMPORTEMENTS :

1 Sur les zones de quiétude pour les oiseaux tu t'informeras

En adoptant quelques bons comportements lors de vos escapades en raquettes, en ski ou encore en randonnée, tu augmentes tes chances d'observer de jolies scènes de vie sauvage.

Le dispositif national "biodiv'sports" est consultable librement et informe sur les zones de sensibilité des oiseaux à certaines périodes (nidification), c'est ce que l'on appelle des "zones ou bulles de quiétude".

Exemple - zone de quiétude du Tétrás Lyre dans le massif de la Tournette à l'aiguille de Serraval.



2 Sur les sentiers balisés tu resteras

Les informations portées sur les cartes et topo-guides de la CCVT t'aideront à choisir ton itinéraire : chemin large ou sentier plus étroit, plus varié, mais parfois plus difficile.

- ➡ Le tracé des sentiers tu respecteras et les "coupes" en dehors tu ne feras pas
- ➡ Tes capacités tu ne surestimeras pas et sur l'itinéraire en amont tu te renseigneras



Ce chemin n'est pas balisé, alors ne t'engage pas, afin d'éviter l'érosion des sols et limiter le piétinement de milieux sensibles. La flore pourrait être dégradée et la faune dérangée.



Ici, le panneau de signalétique indique que le sentier est balisé et sécurisé. Tu peux l'emprunter tout en respectant le caractère environnemental du site.



Les itinéraires de randonnées tu retrouveras :

- dans la carte de randonnée éditée par la CCVT et en vente dans les offices de tourisme du territoire
- ou sur l'application "Virées en Aravis"



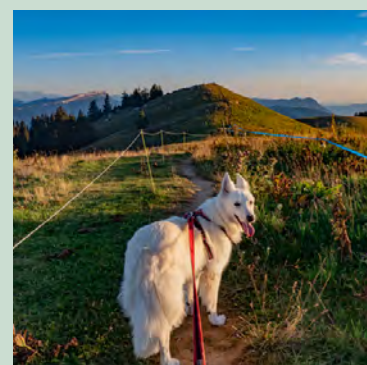
Depuis 2022, les alpages à chien de protection sont identifiés sur les cartes !

3 Ton chien en laisse tu garderas

Il est vivement conseillé de garder ton chien en laisse* pour ne pas déranger les animaux sauvages ou d'élevage, car le chien peut les stresser en les poursuivant.

Les déjections canines peuvent être porteuses de maladies pour les vaches, même si le chien est en bonne santé. Il est important de ramasser les déjections canines dans les champs (même si les vaches ne sont pas dans le pré, elles mangeront peut-être le foin qui en est issu).

*sauf en cas de rencontre avec un chien de protection de troupeau (explications page suivante)



3 Le bon comportement face à un chien de protection tu adopteras

Les chiens de protection de troupeau sont communément appelés "patou", ce qui signifie "berger" en vieux français.

Sa mission est de protéger son troupeau face aux dangers (ex : prédateurs comme le loup).

Conseils : lorsque tu rentres dans leur zone de protection, tu es assimilé à une menace pour eux, alors assure toi de :

- ⇒ L'avertir de ta présence en faisant du bruit (parler/chanter) afin de ne pas le surprendre car les chiens ont une mauvaise vue de loin.
- ⇒ Ne passe jamais entre le chien et son troupeau, contourne les tous ensemble.
- ⇒ Laisse-le venir vers toi afin qu'il puisse t'identifier (sentir), garde tes bâtons en direction du sol en les réunissant dans une seule main par un geste lent.
- ⇒ Ne panique pas, les chiens ressentent ta peur. Parle-lui calmement pour le mettre en confiance quand il s'approche de toi.
- ⇒ Evite d'emmener ton chien de compagnie.
- ⇒ Si tu es à vélo ou en trail, mets pied à terre et ralentis le temps de traverser.



Partage ton expérience avec les chiens de protection via cette enquête en ligne

4 Les espaces naturels tu partageras

L'homme fréquente nos montagnes depuis la préhistoire et ses activités ont toujours influencé l'environnement et les paysages. Aujourd'hui de nombreuses pratiques sont exercées comme l'escalade, la marche, le parapente et bien d'autres.... Partager l'espace est devenu primordial en montagne.



- ⇒ Je reste poli et courtois avec les autres usagers
- ⇒ Je respecte la priorité à ceux qui montent
- ⇒ Je ralentis quand je n'ai pas de visibilité en VTT (surtout en descente)
- ⇒ Je respecte les oiseaux lorsque je vole en parapente



5 Le travail d'autrui tu respecteras

Lors de tes activités outdoor, tu n'es pas seul à utiliser l'espace. Des activités professionnelles telles que l'élevage en montagne ou l'exploitation forestière sont également présentes. L'espace doit être partagé.

Lors de la période estivale, la tradition sur le territoire est d'emmener son troupeau en estive, c'est-à-dire en altitude en alpage. Cette pratique permet d'entretenir les prairies fleuries de nos montagnes et de nourrir les troupeaux dont le lait sert à la fabrication de fromages fermiers.

"Comporte-toi comme un invité"

Pour traverser une parcelle clôturée

A pied :

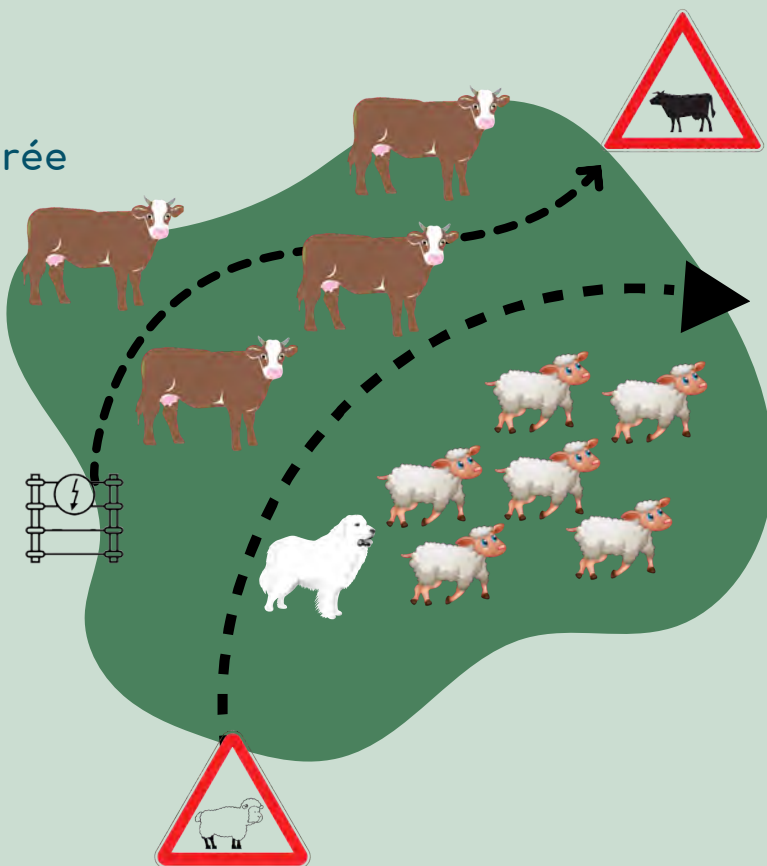
Ne cherche pas à approcher le troupeau de près, traverse puis referme l'enclos (contourne le s'il s'agit de moutons).

A vélo :

Descends de ton vélo afin de ne pas effrayer le troupeau, traverse et pense bien à refermer.

En trail :

Ne cours pas dans les enclos ou à proximité du bétail. Il est préconisé de marcher.



Evite de t'approcher des troupeaux, le bétail n'est pas un animal domestique, ni une bête de foire.



L'eau se raréfie en montagne, aide-nous à préserver cette ressource précieuse en qualité et en quantité. Les abreuvoirs ne sont pas des baignoires à toutou ! Ils ne servent pas non plus pour laver les chaussures...



Quelle quantité boit une vache en moyenne par jour ?

1 vache consomme en moyenne 100L d'eau/jours. Cela dépend des conditions météo

6 Pousser les fleurs tu laisseras

Elles sont plus jolies et plus durables dans leur environnement. Cela permet surtout leur reproduction pour les retrouver l'année suivante.



➡ Les espèces protégées sont interdites à la cueillette

➡ Jusqu'à 9000 € d'amende (le double en cas de récidive) et 6 mois d'emprisonnement

Si tu as un doute, ne cueille pas !!

} Réglementation nationale

Tu peux retrouver les listes d'espèces protégées sur le site de l'INPN ou sur l'application Pl@ntNet



Quelques espèces emblématiques du territoire :



Silène acaule



Rhododendron ferrugineux

Liste rouge régionale



L'arnica des montagnes



Anémone pulsatile



La gentiane jaune



Sabot de vénus

Protection nationale



Myrtilles



Linaigrette vaginée

Statuts de protection INPN

L'Inventaire National du Patrimoine Naturel est le portail de la biodiversité française.

Les données sont validées par des experts.



➡ Les statuts de protection peuvent être de portée nationale, régionale ou départementale.



➡ La rareté d'une espèce dépend de l'espace biogéographique concerné.
Une espèce commune à un endroit donné n'est pas un gage d'abondance.

7 Tes déchets tu récupèreras

Les déchets abandonnés ont des conséquences néfastes :

- ➡ sur la faune et la flore locale, sur la ressource en eau et sur l'expérience des autres visiteurs

La montagne est un lieu de ressourcement pour de nombreuses personnes, merci de préserver cette quiétude en maintenant les espaces propres et intacts.



8 Bivouaquer en respectant les règles tu devras

Bivouaquer c'est poser sa tente au coucher du soleil et la démonter avant 9h.



La réglementation de cette pratique diverge selon la commune. Renseigne-toi en mairie avant de t'engager !



9 Aucun feu tu n'allumeras

Cela peut entraîner un incendie, déranger la faune sauvage, dégager beaucoup de CO2 et contribuer à l'accélération du réchauffement planétaire...

La fumée et l'odeur font peur aux animaux qui puisent dans leurs ressources pour fuir. Les animaux sortent quand les humains ne sont plus là. Plus tu rallonges ta présence la nuit, plus les temps disponibles pour la faune se réduisent.



En cas d'incendie appelle tout de suite le 18 ou le 112

Réglementation nationale :

- ➡ Allumer un feu est interdit dans une limite à respecter de 200 m des boisements
- ➡ 2 ans de prison et 30 000 € d'amende

Réglementation locale :

- ➡ Interdiction des feux de camps et de plein air, utilisation de réchauds et barbecue, de jour comme de nuit, sur la commune de Manigod

RENDEZ-VOUS SUR LES SENTIERS DE LA CCVT POUR DÉCOUVRIR LES ESPACES NATURELS DU TERRITOIRE !



Adopte un comportement nature
tout au long de tes randonnées :

- ① La faune sauvage tu ne dérangeras pas
- ② Sur les sentiers balisés tu resteras
- ③ Ton chien tu maîtriseras et en laisse tu le garderas
- ④ L'espace avec les autres usagers tu partageras
- ⑤ Le travail d'autrui tu respecteras
- ⑥ Les cueillettes de fleurs tu éviteras
- ⑦ Tes déchets tu ramasseras
- ⑧ Piétiner le fourrage lors de ton bivouac tu éviteras
- ⑨ Aucun feu tu n'allumeras
- ⑩ Du paysage tu profiteras et ravi de revenir tu seras !

Suis-nous sur



Ton "terrain de jeu" est avant tout le lieu de vie d'espèces
sensibles et un espace de travail agropastoral

Annexe – Consultation Prestations d'accompagnement à
l'élaboration d'une stratégie de communication transfrontalière



Plan de travail du projet pour les activités 1.1 à
2.2



Extrait Plan de travail projet ALP'RESPECT



DATE DE DÉBUT		04/05/2026					2026									
							T2		T3			T4				
		N° Tache	Tâche	Description	Nom livrable	DATE DE DÉBUT	DATE DE FIN	05/26	06/26	07/26	08/26	09/26	10/26	11/26	12/26	
Tâches préparatoires	1.1	Analyse documentaire et bibliographique	Collecte et étude de références existantes sur les dispositifs de sensibilisation en montagne, en France et en Italie. L'analyse portera sur les campagnes réussies, les outils mobilisés et les retours évaluatifs disponibles.			04/05/2026	19/06/2026									
	1.2	Entretiens avec un expert en communication	Identification et sollicitation d'un expert disposant d'une expérience en communication, notamment dans les domaines environnemental et territorial. Un entretien semi-directif a été réalisé afin de recueillir son analyse sur les publics, les messages, les leviers et les modalités de communication à privilégier. Les échanges ont également contribué à la préparation et à l'animation des consultations avec les acteurs du territoire.			22/06/2026	26/06/2026									
	1.3	Identification des acteurs locaux à consulter	Identification, sur chacun des deux versants alpins, des acteurs à associer à la démarche de consultation, à partir des pratiques et thématiques ciblées par le projet. La sélection des acteurs s'appuie notamment sur leur représentativité au sein de leur filière ou secteur d'activité, leur rôle de tête de réseau ou leur capacité à représenter un ensemble d'acteurs, ainsi que sur leur implication dans des démarches de concertation ou de collaboration territoriale. La démarche a été engagée à partir de plusieurs typologies d'acteurs, puis adaptée au contexte et aux réseaux de chaque territoire.			29/06/2026	10/07/2026									
	1.4	Organisation et animation des ateliers de consultation	Organisation de temps de consultation avec les acteurs identifiés dans le cadre de l'activité 1.3. Sur le territoire de la CCVT, la consultation est organisée sous la forme d'échanges collectifs en visioconférence, afin de favoriser la confrontation des points de vue. Sur le territoire de l'Unité, elle est menée au moyen d'entretiens bilatéraux, permettant d'approfondir les besoins et attentes propres aux différentes catégories d'acteurs. Bien que les modalités de consultation diffèrent en fonction des contextes et des acteurs mobilisés sur chaque territoire, les échanges s'appuient sur une trame commune portant notamment sur les publics à sensibiliser, les freins et leviers, les messages à privilégier et les supports de communication à adapter. Les deux démarches permettent ainsi de recueillir des éléments de même nature et de disposer de résultats pouvant être mis en regard, afin de confronter les besoins, freins, leviers et attentes exprimés sur les deux versants alpins et d'alimenter conjointement la définition des publics cibles, des messages et des supports de communication.			13/07/2026	11/10/2026									
Objet de la prestation	1.5	Analyse croisée des retours d'expérience	Comparaison des retours d'expérience issus des documents et entretiens afin d'identifier des enseignements communs et des leviers transposables à une stratégie transfrontalière.	Synthèse des retours d'expérience et bibliographie		12/10/2026	16/10/2026									
	1.6	Définition des publics cibles et messages clés	Analyse et croisement des résultats issus de l'analyse documentaire, des entretiens et consultations menés dans les activités précédentes. Cette étape sera accompagnée par un expert en communication qui sera recruté conjointement par les deux partenaires dans le cadre d'un groupement de commande transfrontalier. L'expert apportera son appui à la définition et à la hiérarchisation des publics cibles ainsi qu'à la formulation des messages clés, en tenant compte des spécificités des différents types d'usagers et des lieux concernés.	Document stratégique présentant la segmentation des publics, les messages et les supports recommandés.		16/10/2026	23/10/2026									
	1.7	Choix des supports de communication (numériques, physiques, vidéo, appli,	Étude des canaux disponibles et choix des formats (vidéo, affiches, web, etc.) en fonction des publics			23/10/2026	30/10/2026									
	2.1	Co-construction de la charte transfrontalière avec les partenaires	Organisation d'ateliers de concertation avec les partenaires pour élaborer les messages clés de la charte.	Charte des bonnes pratiques des activités de pleine nature		23/10/2026	13/11/2026									
	2.2	Rédaction des cahiers des charges pour les outils de communication	Rédaction des documents techniques (spécifications, objectifs, livrables attendus) dans l'optique de consulter des entreprises pour la réalisation des supports	Cahier des charges Outils de communication		16/11/2026	15/12/2026									



Annexe – Consultation
Prestations d'accompagnement à l'élaboration d'une stratégie de communication transfrontalière

Annexe – Consultation Prestations d'accompagnement à
l'élaboration d'une stratégie de communication transfrontalière



Stratégie-sensibilisation-APN-CCVT

SENSIBILISATION & PARTAGE DES ESPACES POUR LES PRATIQUES VTT | RANDONNÉE | TRAIL

*Sensibilisation aux pratiques
des activités de pleine nature*



**ANNECY
MOUNTAINS**



CCVT COMMUNAUTÉ
DE COMMUNES
DES VALLÉES
DE THÔNES

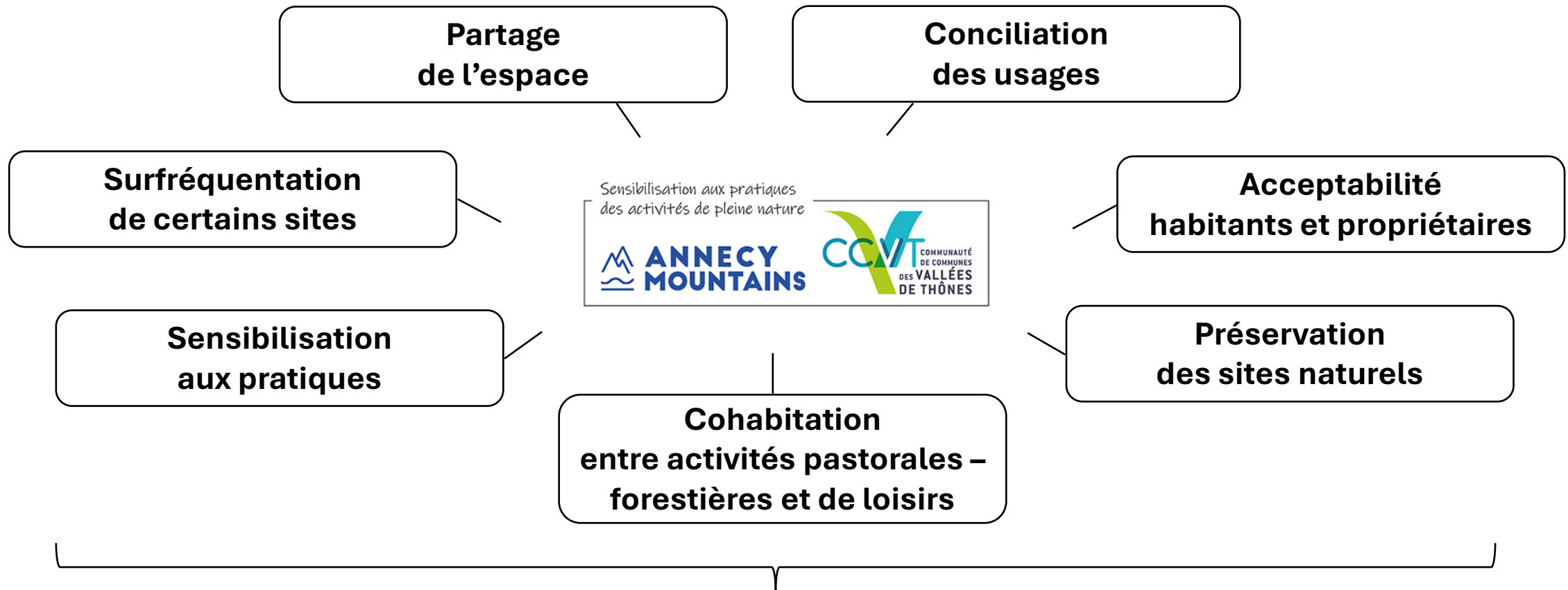
SOMMAIRE

Sensibilisation aux pratiques
des activités de pleine nature



- 1. Des enjeux multiples
- 2. Un travail en process
- 3. Méthode et rétroplanning de l'élaboration de la stratégie de sensibilisation
- 4. Concertation des acteurs
- 5. Synthèse des visioconférences avec les acteurs
- 6. Synthèse des perspectives d'actions
- 7. Proposition de la stratégie & axes d'intervention

1. DES ENJEUX MULTIPLES



IMPACT SUR LA PÉRENNITÉ DES PRATIQUES D'ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE (APN)

2. UN TRAVAIL EN PROCESS



STRUCTURATION DE LA FILIÈRE VÉLO

- 2 études de positionnement (Route - Gravel et VTT)
 - Organisation de l'offre des parcours et des services entre 2020 et maintenant
 - Création d'outils cartographiques pour le pratiquant novice ou confirmé depuis 2024

OBJECTIF :

Accompagner les outils d'une stratégie de sensibilisation aux pratiques VTT.



MISE EN ŒUVRE DES POLITIQUES ET DISPOSITIFS

- Natura 2000, Espaces Naturels Sensibles, pastoralisme, sentiers et Charte forestière
>> divers outils et actions de sensibilisation depuis 2010
- Schéma Directeur des APN depuis 2024
>> besoin d'encadrer les pratiques

OBJECTIF :

Élaborer une stratégie de sensibilisation aux pratiques randonnée, trail et bivouac.

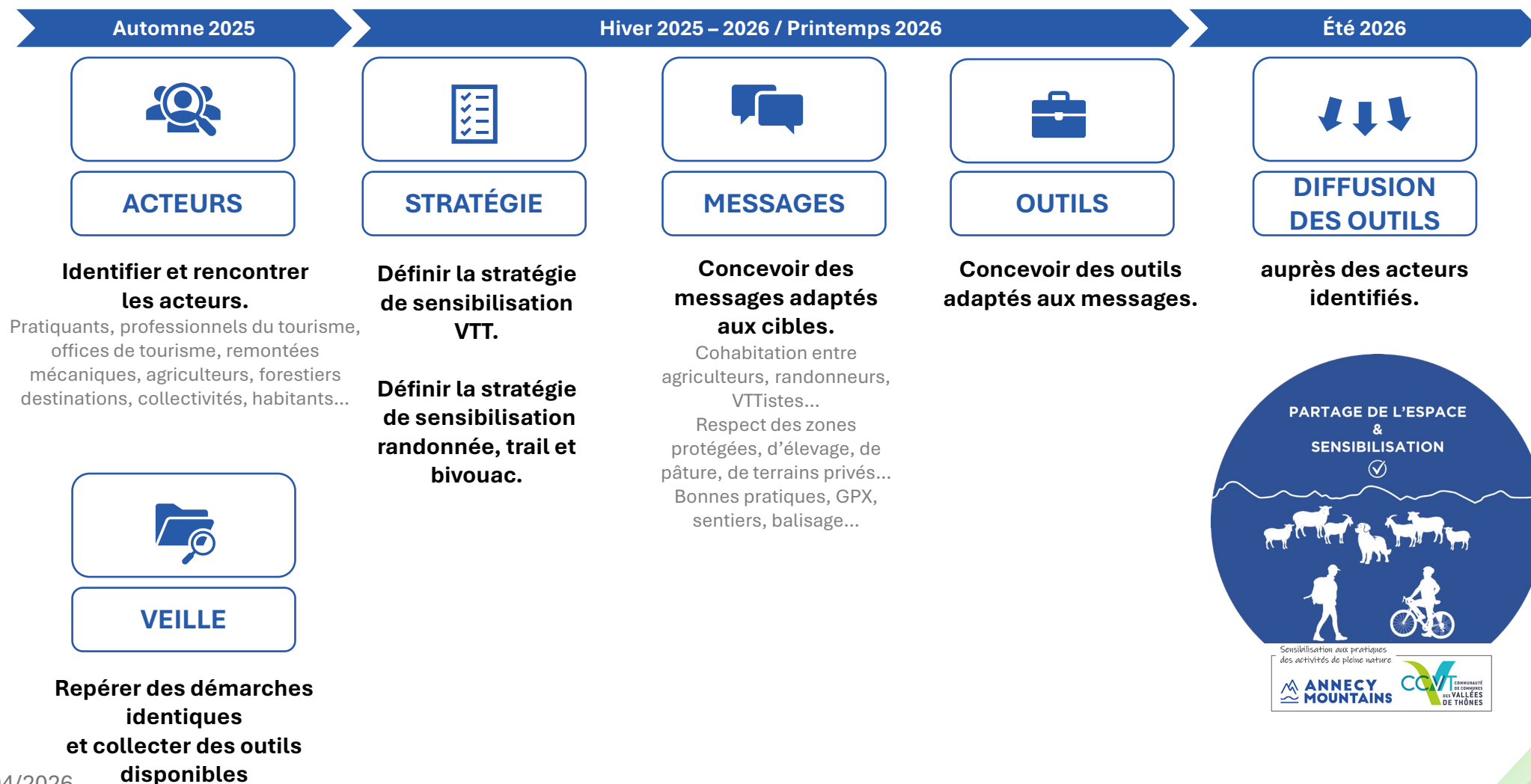
*Sensibilisation aux pratiques
des activités de pleine nature*



Accompagnement des 2 missions par Christophe REVERET



3. MÉTHODE ET RÉTROPLANNING DE L'ÉLABORATION DE LA STRATÉGIE



4. CONCERTATION DES ACTEURS



62 personnes présentes en visioconférences

1	Territoires, espaces protégés	VTT, randonnée, trail, bivouac	06/01/26
2	Alpages et forêts	VTT, randonnée, trail, bivouac	15/12/25
3	Offices de tourisme, remontées mécaniques	VTT, randonnée, trail, bivouac	12/01/26
4	Représentants des pratiquants	VTT	12/01/26
5	Représentants des pratiquants	Randonnée, trail, bivouac	12/01/26
6	Socioprofessionnels / encadrement	VTT, randonnée, trail, bivouac	09/12/25
7	Socioprofessionnels / location-vente	VTT	10/12/25
8	Socioprofessionnels / hébergement randonnée	VTT, randonnée, trail, bivouac	16/12/25
9	Organisateurs de manifestations	VTT, randonnée, trail	15/12/25

5. SYNTHÈSE DES VISIOCONFÉRENCES AVEC LES ACTEURS

CONSTATS



TENSIONS

dans les alpages et forêts



PRATIQUANTS LOCAUX / « HABITUÉS »

difficulté pour les atteindre // la question du changement de comportement



MANIFESTATIONS SPORTIVES

Multiplicité des événements et question des accompagnants / visiteurs



APPLIS ET TRACES SAUVAGES

problématique des traces non officielles / sites et applications communautaires (= participatives)



MULTIPLICATION DES OUTILS DE SENSIBILISATION

quelle diffusion / coordination ?



INTÉRÊT D'UN TRAVAIL COLLECTIF

sur le périmètre Annecy Mountains ou massif Bornes Aravis (périmètre PPT, PAEC ou Natura 2000), voire départemental



HÉTÉROGÉNÉITÉ DES NIVEAUX D'INTERVENTION

des EPCI sur le VTT (compétence)

BESOINS



MISE EN COHÉRENCE

des discours, des outils, des politiques entre acteurs et entre secteurs géographiques



RELAIS DE SENSIBILISATION

(socio pros, clubs, OT, remontées mécaniques, alpagistes, forestiers...)

> aller vers eux, leur faciliter la tâche



MOYENS HUMAINS

Médiation, formation, contrôle-sanction, veille numérique



CRÉATION D'OUTILS ADAPTÉS

aux pratiques et au territoire

6. SYNTHÈSE DES PERSPECTIVES D' ACTIONS

Définir des principes clairs d'accès aux espaces « naturels » de pratique

(préexistence de sensibilités naturelles et d'usages traditionnels)



Des équipements pour limiter les impacts et tensions



A étudier : des **itinéraires**, des **sites de pratique dédiés** (VTT), des **franchissements de clôtures**, des **aires de bivouac**, ...



Signaler clairement le statut des itinéraires et des sites



pour éviter les mauvais usages, légitimer le **rappel des consignes**, **désamorcer la mauvaise foi**.



S'adapter aux différentes cibles



Apporter des éléments de connaissance **aux élus** pour aide à la décision

Communiquer vers **les pratiquants « locaux »** médias locaux et relais

Communiquer vers **les touristes et les pratiquants encadrés** : outils « clés en mains » aux OT, encadrants et autres relais (clubs, encadrants pros, hébergeurs, loueurs, organisateurs de manifestations...)

Mettre en cohérence la communication d'attractivité avec les enjeux de sensibilisation

Rendre visible les actions de sensibilisation **aux habitants, propriétaires et exploitants**



Moyens



Sélectionner quelques outils parmi ceux qui existent

Créer ceux qui manquent

Mettre à disposition une **boîte à outils unifiée (+ actualisée)**

Moyens humains à développer / organiser

7. PROPOSITION DE LA STRATÉGIE & AXES D'INTERVENTION

PHASE 1 préalable

- Axe n°1

Apporter des éléments de **connaissance aux élus** pour les aider à la décision.

- Axe n°2

Définir et mettre en avant les **discours et les règles d'accès aux espaces de pratique**.

PHASE 2

selon décisions en phase 1, à faire simultanément

- Axe n°3

Signaler clairement le **statut des Espaces, Sites et Itinéraires (ESI)**.

- Axe n° 4 :

Équiper et aménager pour limiter les impacts et tensions.

- Axe n°5 :

Adapter la communication aux différentes cibles et assurer la diffusion des outils.

PHASE 1

Axe n°1

Apporter des éléments de connaissance aux élus pour les aider à la décision



Familiariser les élus
aux enjeux et leviers d'action



- **Formations**



- **Rencontres**

Interventions croisées avec les autres EPCI

- **Éductours**

Journées découverte sur le terrain



Observer les usages APN
et les fréquentations



- **Application APN & carte interactive**

- **Retour d'informations**

Analyse des données récupérées



- **Assurer une veille** de développement des nouvelles pratiques ou de nouvelles localisations



Installer une commission APN
(CLESI* / périmètre à définir)



- **Observation**

- **Concertation**

- **Planification**

- **Veiller à la compatibilité** des autres politiques de la CCVT avec cette stratégie

**CLESI :
Commission Locale
des Espaces, Sites
et Itinéraires relatifs
aux sports de nature*

PHASE 1

Axe n° 2

Définir et mettre en avant des discours et règles d'accès aux espaces de pratique



Mettre au point un discours commun



- Définition d'une baseline partagée

« Bienvenue sur le territoire »

EN COURS



Cadrer la réglementation



- Clarification / bivouac

RÉFLEXION
COMMUNE
À LANCER



Diffuser les règles et les faire appliquer



- Prévention

Médiateurs ou garde champêtre

- Contrôle sanction

Police ou garde champêtre

- Relayer le contenu des règles définies
sur les outils et relations presse

ALP'GUARD

PHASE 2

Axe n°3

Signaler clairement le statut des Espaces, Sites et Itinéraires (ESI)



Matérialiser les sensibilités,
les consignes et les règles



Alerter
sur les itinéraires partagés



Compétence aménagement
des sentiers par les collectivités

▪ Panneaux départ



À METTRE EN
COHÉRENCE
AVEC LA
SIGNATURE
COMMUNE

▪ Panneaux sur site



PHASE 2

Axe n°4

Équiper et aménager pour limiter les impacts et tensions



Aménager les sites
et itinéraires de pratique



Soutenir le déploiement
d'équipements de franchissement



Organiser le bivouac

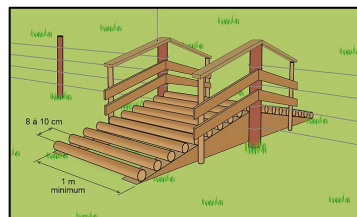


Compétence aménagement
des sentiers par les collectivités

▪ Aménagements VTT



▪ Achat + partenariats pose



▪ Identifier et équiper des aires de bivouac



À LANCER
APRÈS
RÉFLEXION
COMMUNE

PHASE 2

Axe n°5

Adapter la communication aux différentes cibles et assurer la diffusion des outils.



Sensibiliser
les **pratiquants**
locaux non encadrés



Aider et outiller
les relais de sensibilisation
des touristes et pratiquants
encadrés / fédérés



Partager
les actions menées avec les
habitants et acteurs locaux



Limiter
les dérives numériques
et de communication



- **Communiquer via les médias locaux**

Relations presse, achats d'espaces, médias CCVT et communes...

- **Communiquer via les relais locaux**

Présence sur festivals « outdoor », visibilité chez les revendeurs : magasins de sport, ambassadeurs et réseaux sociaux.

- **Agir sur les scolaires**

Animations scolaires.

ALP'RESPECT

- **Offices de tourisme & remontées mécaniques**

Boîte à outils sensibilisation, formations

- **Hébergeurs - loueurs prestataires**

Boîte à outils, formations, présence-information (AG...)

- **Clubs et associations locales**

Boîte à outils, formations, présence-information (AG, manifestations...)

- **Organisateurs de manifestations**

Autorisation, boîte à outils, formation, présence-information (village, briefing...)

- **Informers les habitants, propriétaires, exploitants**

Médias CCVT et communes, médias filières et acteurs locaux, présence - information

- **Évaluer les actions et ajuster**

CLES1

- **Échanger au sein des réseaux**

- **Veiller à la cohérence entre les politiques de la CCVT et la stratégie**

- **Maximiser la présence des messages et tracés officiels**

Appli APN, carte interactive, campagnes digitales...

- **Repérer et agir sur les contenus problématiques** (traces GPS, messages et visuels incitatifs)

Veille numérique, relation avec des créateurs de contenus et plateformes outdoor.

L'APPLICATION NUMÉRIQUE  développée pour les pratiquants locaux et touristiques sur la randonnée pédestre, le trail et le vélo est disponible depuis mai 2026.



En coopération
avec :





Alp'Respect

Projet de coopération transfrontalière franco-italienne avec l'Unité des Communes Valdôtaines Mont-Rose (Italie)

Promouvoir une culture commune du respect en milieu alpin à travers des actions de sensibilisation, de formation et de partage d'expériences entre les acteurs des territoires de montagne

Actions prévues

- ✓ charte transfrontalière des bonnes pratiques
- ✓ création de supports de sensibilisation communs (vidéos)
- ✓ organisation de formations et le partage d'expériences entre partenaires

Financements

Budget global de 75 000 €,
dont 60 000 € financés par le FEDER
(Union Européenne)

Période de réalisation

4 avril 2026 au 4 novembre 2027



France – Italie ALCOTRA



Alp'Respect



Séminaire de lancement les 8 et 9 juin