



**ESPACE VALLÉEN**  
DU COL DE LA MADELEINE

• TARENNAISE - MAURIENNE •

# EV SA PL AL CE S S S

## Candidature Appel à projet Sélection des stratégies



**Développement  
touristique**

PROGRAMMATION  
2021 - 2027



**AGENCE  
NATIONALE  
DE LA COHÉSION  
DES TERRITOIRES**  
Commissariat de massif des Alpes



**La Région**   
Auvergne-Rhône-Alpes



**ESPACE VALLÉEN**  
DU COL DE LA MADELEINE

• TARENNAISE - MAURIENNE •

EV  
SA  
PI  
AL  
CEE  
S  
NS

# Candidature Appel à projet Sélection des stratégies



**Diversification touristique**

PROGRAMMATION 2021 - 2027



**AGENCE NATIONALE  
DE LA COHÉSION  
DES TERRITOIRES**  
Commissariat de massif des Alpes



UNION EUROPÉENNE  
Fonds Européen de  
Développement Régional



RÉGION  
SUD  
PROVINCE  
ALPES  
CÔTE D'AZUR



l'Europe  
songage  
le Massif Alpin

**La Région**   
Auvergne-Rhône-Alpes

EN PARTENARIAT AVEC LA RÉGION AUVERGNE-RHÔNE-ALPES



# Sommaire

<b>1. Préambule</b>	4
<b>2. Présentation du territoire</b>	6
2.1. Quelques éléments de cadrage	8
2.2. Un territoire administratif résolument tourné vers le tourisme	10
2.3. Diagnostic de territoire réactualisé	12
<b>3. Cadre de la candidature 2021-2027</b>	26
3.1. Bilan du programme 2015-2020	26
3.2. Les éléments à prendre en compte en prévision de la nouvelle candidature	34
3.3. Le renouvellement du périmètre	36
3.4. Méthodologie de la construction de la stratégie	37
3.5. L'expérimentation du Méta-Espace Valléen	40
3.6. Les nouvelles perspectives d'animation du programme	42
3.7. Le Modèle de gouvernance	43
3.8. L'affermissement d'un tissu partenarial plus structuré	45
<b>4. La stratégie Espace Valléen du col de la Madeleine 2021-2027</b>	46
4.1. La stratégie réactualisée de l'Espace Valléen du Col de la Madeleine	47
4.2. Le plan d'actions	55
4.3. La ventilation thématique et financière	56
4.4. Le dispositif d'évaluation quantitatif et qualitatif	59
<b>5. Annexes</b>	





# 1. Préambule



## UN TERRITOIRE DE PROJET RECONNU

L'intercommunalité et la solidarité territoriale des Vallées d'Aigueblanche ont pris forme dès la fin des années 60 et 70, période alors marquée par des mutations profondes de l'économie locale.

En raison des menaces et des opportunités que constituaient ces mutations, les communes du Bassin d'Aigueblanche ont fusionné progressivement afin de créer les conditions d'une synergie économique entre le haut et le bas de la vallée, imaginer, concevoir et organiser la transition de leur territoire par une action de développement efficace, globale et durable, dans une logique de solidarité et d'équilibre entre les vallées.

Bien avant que la Loi n'oblige les communes à se regrouper en intercommunalité, les deux communes d'Aigueblanche et de La Léchère décidèrent en 1974, il y a près de 50 ans, de fonder une première version d'intercommunalité : le District du Bassin d'Aigueblanche.

Ainsi le District (devenu Communauté de Communes en 2002) a permis l'aménagement de la vallée du Morel avec la création de la station de Valmorel en 1976, reliée à celle de Doucy et à celle de Saint-François-Longchamp, ainsi que la reprise et la modernisation du pôle thermal de la Léchère en 1986.

La fiscalité très importante générée par les usines d'électrochimie et d'électrometallurgie situées sur la commune de La Léchère constitue alors le principal moteur de ce développement.

Au début des années 1990, le District construit le Village 92 sur La Léchère pour accueillir le centre de presse des Jeux Olympiques d'Albertville. Ces équipements ont été reconvertis en salle de spectacle, gymnase, médiathèque, hébergements.

Cette dernière assure aujourd'hui, en plus des activités décrites ci-dessus, les compétences institutionnelles d'une communauté de communes et notamment les déchets, l'eau, l'assainissement, la protection et la mise en valeur de l'environnement, le soutien à l'agriculture, la gestion des équipements culturels et sportifs d'intérêt communautaire, ainsi que la compétence tourisme.

C'est sur ces bases que la CCVA est devenu le coordinateur de différents programmes territoriaux en particulier les deux précédentes générations de contrat Espace Valléen. La structure a développé une capacité éprouvée pour mener à bien les différentes démarches, aux plans administratif, technique, financier, ainsi qu'en matière de ressources humaines chargées de l'ingénierie de projet. Le CCVA poursuit son implication au service du territoire au travers du programme Espace Valléen, et c'est donc tout naturellement que les élus ont validé à l'unanimité le portage de la nouvelle candidature 2021-2027, en collaboration avec la commune de Saint-François Longchamp.

La CCVA porte son 3ème contrat Espace Valléen. Elle est légitime de par :

- sa compétence tourisme
- sa vision transversale du développement
- l'ingénierie dont elle dispose
- son expérience en matière de contrats territoriaux



## UN PROJET INSCRIT DANS LA CONTINUITÉ

La nouvelle candidature Espace Valléen du Col de la Madeleine 2021-2027 (nouvelle dénomination) s'inscrit dans le prolongement des travaux initiés au cours des deux précédentes générations de programmes.

Les acteurs se sont saisis de ce dispositif, comme d'un véritable programme au service du développement économique et touristique du territoire.

D'autre part, cette démarche a permis de conforter une forme de gouvernance déjà bien ancrée sur le territoire depuis de nombreuses années, structurée autour de l'Office de Tourisme intercommunal et de la compétence tourisme détenue par la CCVA.

Les procédures contractuelles ont été l'occasion de créer et d'animer des groupes associant toutes les composantes du tourisme local. Dans le projet d'espace valléen, la gouvernance est envisagée de manière globale et intégrée dans les différentes actions du projet dès que cela est pertinent.

Les réunions diverses ont permis aux acteurs économiques, de la même branche ou du même secteur, de nouer un dialogue, de mobiliser des énergies et de créer des synergies.

Les initiatives privées ont émergé et se sont nourries les unes des autres.

Cette dynamique collective a été concrétisée par les nombreux projets élaborés au cours de cette période et largement soutenus par le Département, la Région, l'Etat et l'Europe.

Ces deux premiers contrats ont posé les jalons d'une diversification touristique sur le territoire et ont permis de travailler collectivement sur les bases d'une stratégie touristique commune.

Les enseignements issus des deux derniers programmes sont :

### UNE ACCÉLÉRATION DE LA DIVERSIFICATION TOURISTIQUE

- Nombreux projets de rénovation, de modernisation et de création d'équipements
- Un développement de l'activité estivale au travers d'actions de diversification
- Une mise en réseau des acteurs pour une collaboration active et un rapprochement des sites

### UNE PLANIFICATION STRATEGIQUE DU DEVELOPPEMENT

- Mise en œuvre d'une politique en matière d'hébergement touristique et d'activités de pleine nature
- Amélioration de la mobilité
- Acquisition d'outils de pilotage de la destination
- Amélioration de la gouvernance et de la communication

Avec l'assombrissement de l'environnement économique, le territoire doit à nouveau faire face à une période de crise et de mutations économiques rapides, avec la question de leurs incidences en ce qui concerne la fréquentation touristique, l'emploi industriel et la population.

C'est par le rapprochement des acteurs et des sites que le territoire aborde cette nouvelle période agitée, conscient de ses atouts et de ses faiblesses, en déployant une stratégie de marque touristique globale et intégrée. La marque **VALMOREL**, son identité et ses valeurs, sa cohérence et sa différenciation, est au centre du projet de développement du territoire. La démarche de collaboration active avec la destination **Saint-François Longchamp** s'en rapproche, tant les enjeux et les problématiques sont semblables entre ces deux territoires partageant le même domaine skiable, le même grand col mythique, la même montagne préservée.



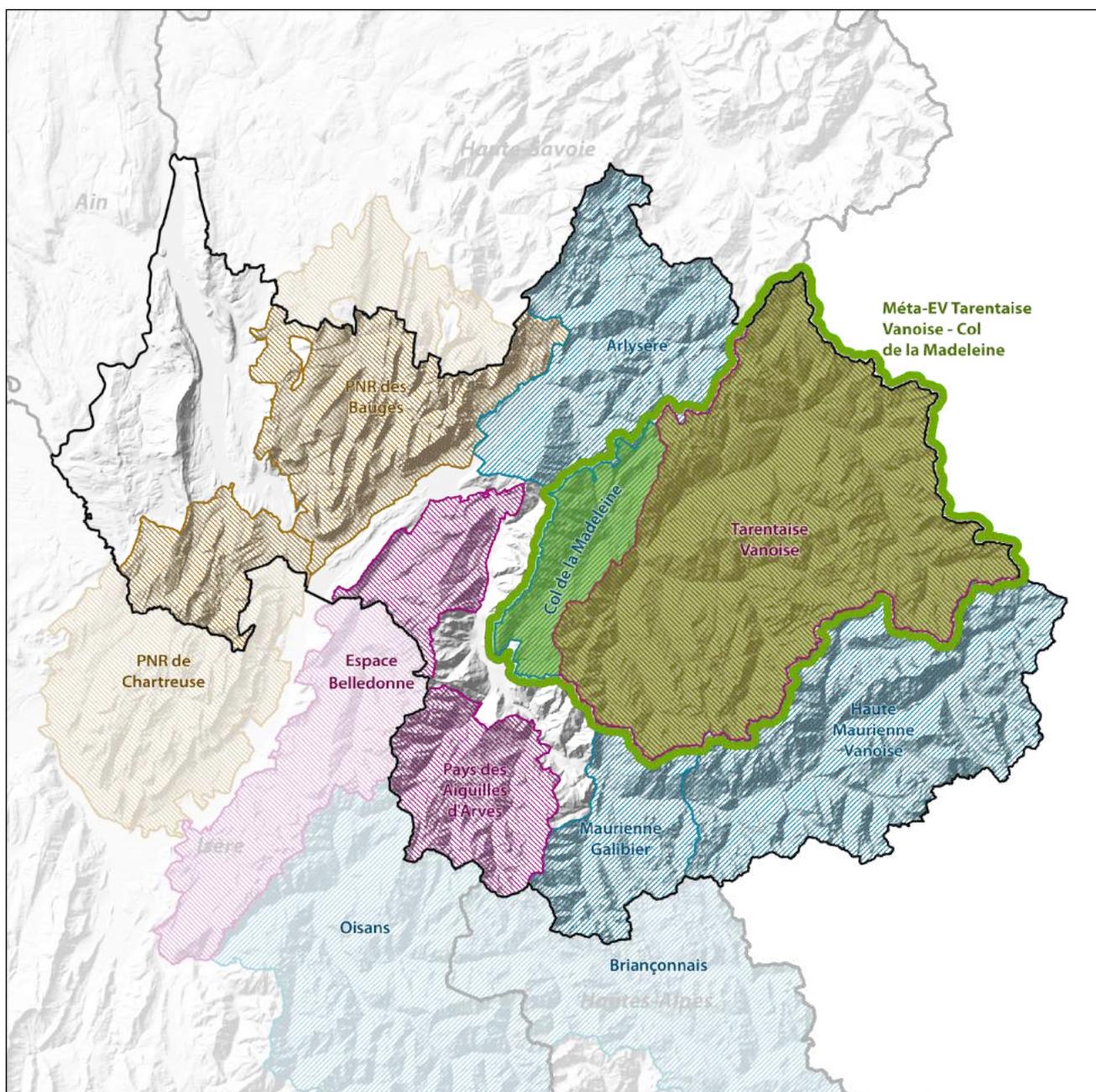
Le périmètre reste identique à la précédente génération, mais **l'intégration est plus ambitieuse** et la collaboration naturelle et souhaitée. Dans cette perspective, ce rapprochement structurera une ambition de visibilité et de compétitivité accrue des deux destinations.

## 2. Présentation du territoire



Le territoire de l'Espace Valléen du Col de la Madeleine s'étend sur les vallées de la Tarentaise et de la Maurienne, deux des grandes vallées de Savoie, de part et d'autre du col de la Madeleine (2 000m).

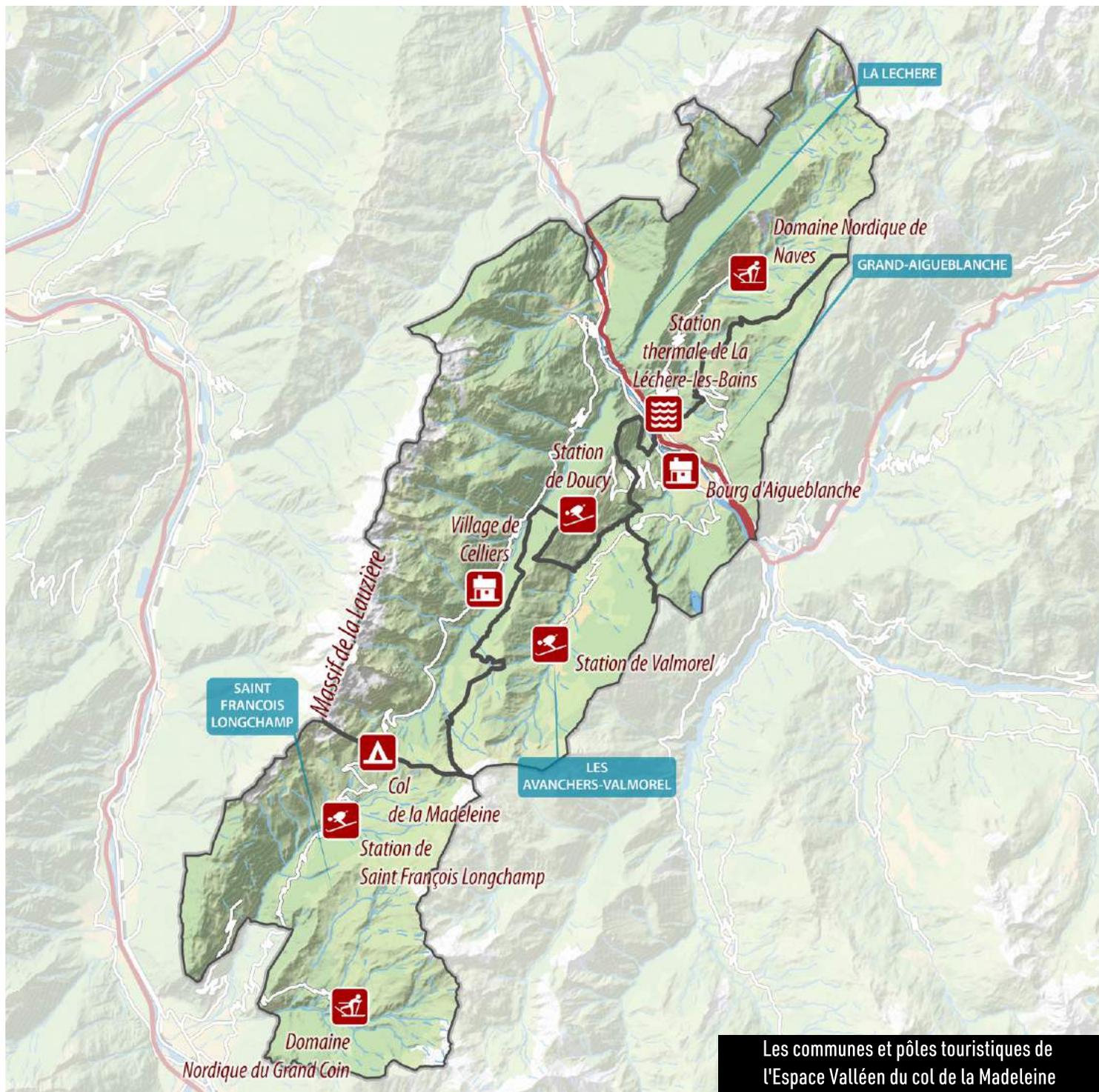
L'Espace Valléen du Col de la Madeleine regroupe les 3 communes de la Communauté de communes des Vallées d'Aigueblanche soit Grand-Aigueblanche, La Léchère et les Avanchers-Valmorel, ainsi que la commune de Saint-François Longchamp sur le versant mauriennais du col. Le territoire compte environ 7800 habitants permanents.



Le territoire de l'Espace Valléen du Col de la Madeleine est structuré autour du col de la Madeleine avec côté Maurienne, la station d'altitude de Saint-François et le domaine nordique du Grand Coin à Montaimont.

De part et d'autre du col de la Madeleine, le Massif de La Lauzière et ses combes sauvages dominent le territoire.

Côté Tarentaise, 2 stations d'altitude, Valmorel et Doucy, reliées à Saint François via le Grand Domaine (domaine skiable alpin) structurent la vallée du Morel. En face, sur le versant méridional du Beaufortain se trouvent la vallée de Nâves et son domaine nordique. Enfin, en fond de vallée de l'Isère, on trouve le pôle urbain d'Aigueblanche-La Léchère qui comporte notamment la station thermale de La Léchère-les-Bains.





## 2.1. QUELQUES ÉLÉMENTS DE CADRAGE

### – 2.1.1 Situation géographique

Situé entre 390 et 2832m d'altitude, l'Espace Valléen du Col de la Madeleine bénéficie de paysages très variés. Il est constitué de 2 entités distinctes : les Vallées d'Aigueblanche (Tarentaise) et la commune de Saint-François Longchamp (Maurienne).

Le territoire des Vallées d'Aigueblanche se situe à l'entrée de la vallée de la Tarentaise, à l'aval de Moûtiers. Ouvert sur la Maurienne en saison estivale par le col de la Madeleine et adossé à l'adret du Massif du Beaufortain, il s'étage de 390 m à 2 829 m (Grand Pic de La Lauzière) et s'étend sur 184 km<sup>2</sup> de part et d'autre de l'Isère, de l'entrée de Feissons-sur-Isère en aval, au défilé de Ponserand en amont. Il est encadré au nord par le versant méridional du Beaufortain, à l'ouest par le massif de la Lauzière et au sud par le Massif du Cheval Noir. Le bassin des vallées d'Aigueblanche se subdivise en quatre secteurs :

- Le fond de vallée ou vallée de l'Isère
- La vallée du Morel
- La vallée de l'Eau Rousse et le massif de La Lauzière
- La vallée de Nâves

Le col de la Madeleine qui culmine à 2 000m d'altitude est le véritable trait d'union qui lie les Vallées d'Aigueblanche à Saint-François-Longchamp. Cette dernière se situe dans la vallée de la Maurienne. Son territoire s'étend du Lac de la Grande Léchère en passant par la Madeleine pour se terminer au col du Chaussy, pour une superficie de près de 61 km<sup>2</sup> entre 808m et 2 832m (Cheval Noir).

De novembre à mai, le col de la Madeleine est fermé et la liaison physique n'est possible qu'à travers le Grand Domaine, skis au pied pendant la saison hivernale.

Le climat est de type montagnard avec une couverture neigeuse présente généralement de novembre à début mai au-dessus de 2000m, le fond de vallée étant nettement moins soumis aux aléas hivernaux.

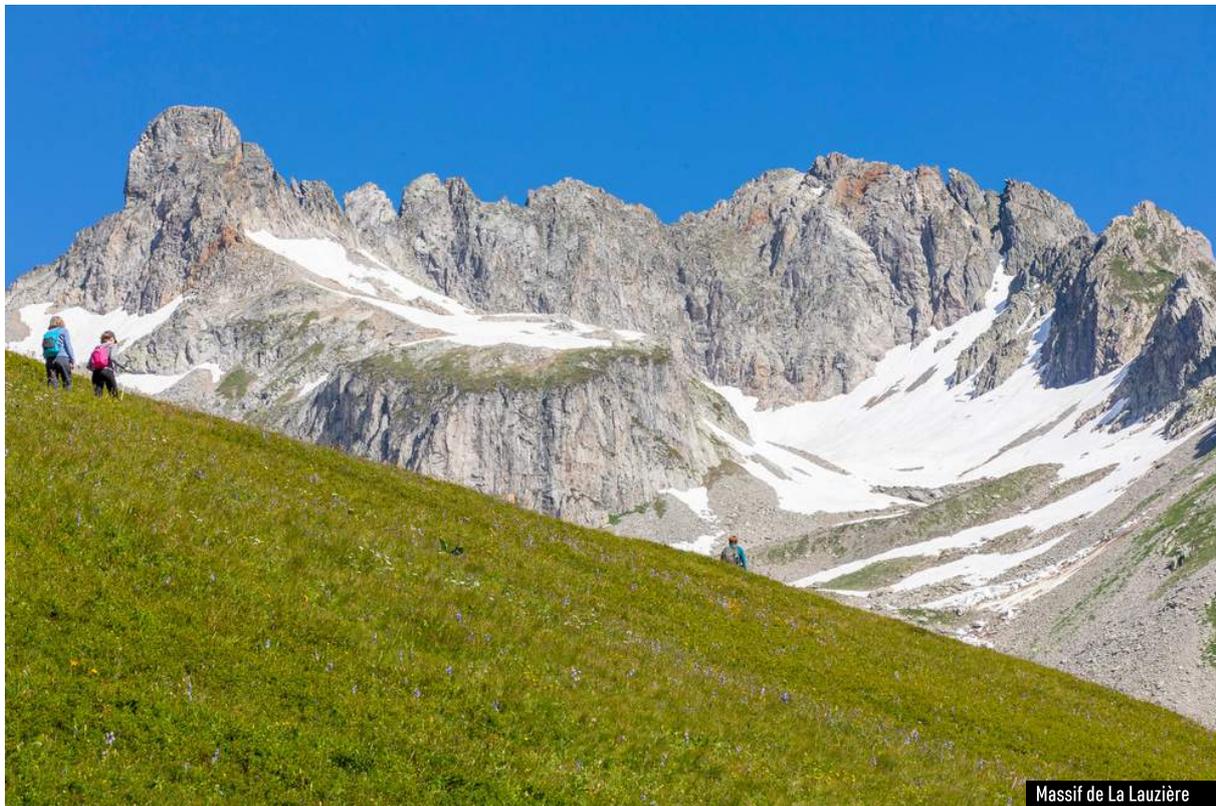


Route du col de la Madeleine,  
versant Tarentaise

### – 2.1.2 Économie et activités

Ayant su tirer parti de ses ressources naturelles et de son environnement, le territoire se caractérise par de fortes complémentarités en termes d'activités économiques et d'utilisation de l'espace. Cela réduit sa vulnérabilité au regard d'autres territoires hyperspécialisés dans le tourisme.

L'agriculture est très présente, notamment l'élevage, avec un cheptel bovin important, élevage tourné vers la production de l'AOP Beaufort. On recense également quelques centaines de caprins et plusieurs milliers d'ovins. Le modèle pastoral historique est toujours en vigueur sur le territoire, avec par exemple la montée des bêtes en alpage pour la saison estivale, dans la haute-vallée de Nâves, sur les pentes du Massif de la Lauzière ou dans les alpages de Valmorel et de Saint-François Longchamp.



Massif de La Lauzière

Périphériques ou interstitielles, les zones forestières sont propices au développement de la faune sauvage et l'arrière-pays de montagnes, hautes ou moyennes, est peu ou pas du tout aménagé, voire protégé statutairement.

Le Massif de La Lauzière (photo ci-dessus), dont une grande partie est classée zone Natura2000 est quasiment vierge d'équipement.

Pôle économique et historique majeur du territoire, l'industrie lourde est encore implantée sur la commune de La Léchère avec une unité de production en activité (photo en bas à droite). Mais le secteur industriel rencontre des difficultés importantes et souffre de la concurrence des pays émergents et des logiques financières appliquées par les grands groupes industriels. Ainsi, deux unités de production, spécialisées dans la fabrication d'électrodes en graphite pour les fours à arc électrique, et dans le silicium et employant environ 300 salariés, ont fermé leurs portes respectivement en 2015 et en 2021.

L'hydroélectricité est également un pilier important de l'économie locale avec notamment le groupe Pelton le plus puissant de France à la centrale de La Coche à Grand-Aigueblanche (photo en bas à gauche).

Le secteur tertiaire représente la majorité de l'activité et des emplois du territoire.

Le bourg d'Aigueblanche, principal pôle « urbain » du territoire, concentre un nombre important de services et garantit une ouverture des commerces à l'année afin de pallier aux fermetures périodiques des enseignes situées dans les stations de montagne.

Le tourisme et le thermalisme sont deux activités structurantes sur le territoire. On y recense d'ailleurs près de 40 000 lits touristiques sur l'ensemble du périmètre de l'Espace Valléen.



Centrale Pelton de La Coche



Pôle industriel de La Léchère



## 2.2. UN TERRITOIRE ADMINISTRATIF RÉSOLUMENT Tourné VERS LE TOURISME

### — 2.2.1 L'exercice de la compétence tourisme, l'essence même de la CCVA

Dans les Vallées d'Aigueblanche, la compétence tourisme est exercée par la CCVA depuis sa création en 1974. Selon ses statuts, elle est compétente en matière de « développement rural et touristique par la gestion des équipements touristiques actuels, la réalisation et la gestion des équipements touristiques futurs d'intérêt communautaire. » D'autre part, la CCVA met en œuvre « des actions spécifiques » en matière de tourisme comme :

- Création d'un Office de Tourisme intercommunal compétent sur le territoire des Communes membres.
- Mise en œuvre des politiques en matière de communication et animation et toutes actions stratégiques.
- Réalisation des superstructures touristiques, y compris itinéraires de randonnée, d'intérêt communautaire.
- Autorité organisatrice pour l'ensemble des domaines skiables.

Le degré d'intégration est assez élevé puisque les Offices de Tourisme de La Léchère, de Valmorel et de Doucy se sont regroupés en 2004 pour donner naissance à l'Office de Tourisme de Valmorel et des Vallées d'Aigueblanche (OTVVA - association loi 1901) qui exerce son activité sur l'ensemble du périmètre communautaire avec un relai spécifique pour l'accueil touristique dans la vallée de Nâves, la Maison de la Montagne sur Nâves (association loi 1901), qui gère le domaine nordique.

Ainsi la CCVA délègue la promotion, la communication, l'animation, l'accueil et la coordination des acteurs touristiques à l'OTVVA.

Enfin, la CCVA est également autorité organisatrice des domaines skiables et en délègue la gestion :

- Via une concession à une société privée pour le domaine de Valmorel
- Via une convention d'objectifs et de moyens à l'association « Maison de la Montagne de Nâves » pour le domaine nordique de Nâves

La commune de Saint-François Longchamp détient elle aussi la compétence tourisme par dérogation à la Loi NOTRe.

**Les Vallées d'Aigueblanche ont été classées Station de Tourisme par arrêté préfectoral en 2018, devenant ainsi le premier EPCI de France à obtenir ce statut, démontrant de fait la cohérence du périmètre valléen.**

### — 2.2.2 L'organisation touristique au sein de l'Espace Valléen du col de la Madeleine

Les destinations Valmorel et Saint-François Longchamp ne sont pas organisées et structurées de la même manière.

Sur Saint François Longchamp, la commune a délégué une partie de la compétence tourisme à une Société Anonyme d'Économie Mixte Locale (SAEML) : Saint-François-Longchamp Tourisme.

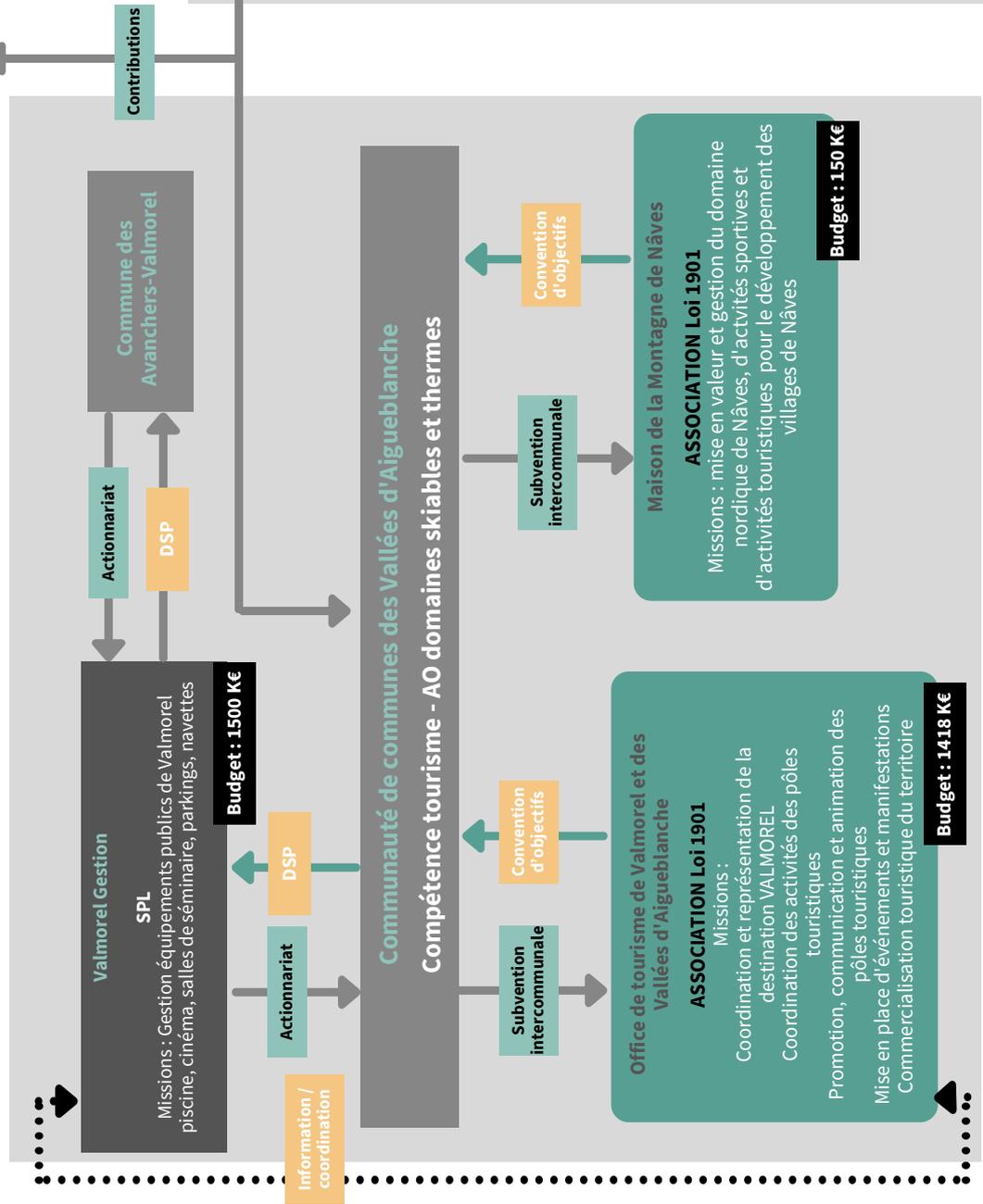
Ses missions sont très diversifiées et s'articulent autour du champ d'action classique d'un office de tourisme jusqu'à la gestion d'équipements publics (centre de balnéothérapie, centre sportif avec piscine, tennis..., cinéma).

Dans les Vallées d'Aigueblanche, l'office de tourisme intercommunal exerce uniquement les missions classiques d'un office de tourisme. La gestion des équipements publics de la station de Valmorel est quant à elle confiée à une Société Publique Locale dont l'actionnariat est composé à 20% par la CCVA et à 80% par la commune des Avanchers-Valmorel.

## ESPACE VALLEEN DU COL DE LA MADELEINE

Structure porteuse Espace Valléen du Col de la Madeleine :  
**Communauté de communes des Vallées d'Aigueblanche (EPCI)**

AuRA Tourisme	France Montagne
Atout France	AGATE



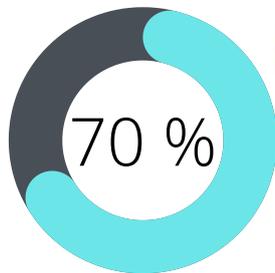


## 2.3. DIAGNOSTIC DU TERRITOIRE RÉACTUALISÉ

Le diagnostic touristique est le socle de l'élaboration de la stratégie Espace Valléen 2021-2027. Il est donc primordial qu'il soit accepté et partagé par l'ensemble des acteurs afin que des lignes directrices de progression se dégagent clairement.

### — 2.3.1 Dimension touristique

#### o 2.3.1.1 La clientèle touristique



de fréquentation en hiver



Il faut bien distinguer la clientèle qui fréquente Saint-François-Longchamp de celle de Valmorel/Doucy, qui est également très différente de celle présente sur La Léchère-les-Bains ou encore Nâves.

Globalement, la fréquentation dans les Vallées d'Aigueblanche est majoritairement hivernale (environ 70%).

Sur **Valmorel et Doucy**, la clientèle est essentiellement francophone : 70 à 80% selon les saisons (1er Région AuRA, 2ème Ile de France, 3ème Hauts de France), CSP+ et plutôt vieillissante.

La clientèle de **Saint-François Longchamp** est très majoritairement française, plutôt jeune et de CSP majoritairement intermédiaire.

86,6% de clients français, dont 24% d'Ile de France et autant de la région AuRA.

13,4% de clients étrangers, (4% de belges, 6% de néerlandais).

Âge moyen : 31 ans, dont 37% de GenY et 29% de 5-15 ans en séjour + 20% de GenX & Babyboomers. Les 16-25 ans en séjour ne représentent que 11%.

CSP majoritairement intermédiaire & + :

- 21% de la clientèle gagne plus de 5500 € net / mois
- 52% de la clientèle gagne entre 3000 et 5499 € net / mois
- 17% de la clientèle gagne entre 2000 et 2999 € net / mois
- 10% de la clientèle gagne moins de 2000 € net / mois.



34%



66%

A la **Léchère-les-Bains**, la clientèle est plus populaire, et très féminine.

Selon les années, entre 74% et 78% des curistes ont entre 60 et 79 ans (répartition à environ 50/50). Cette année, la population des 70 ans et + est légèrement plus importante.

46% vient de Savoie et 94% de la Région AuRA.

Sur **Nâves**, la fréquentation présente une part importante d'excursionnistes (40%) qui peut s'expliquer par le faible nombre de lits touristiques dans la vallée.

La clientèle est très hétérogène en termes de CSP (de la CSP+ en quête d'une "autre montagne" et de calme à la famille CSP- à la recherche d'une montagne simple et accessible) et d'âge.

Les visiteurs viennent en couple (38%) et en famille (39%).



### o 2.3.1.2 L'offre d'hébergement

- Près de 40 000 lits touristiques, dont environ 35 à 40% en hébergements professionnels selon les sources de données
- Environ 73% des lits concentrés sur les communes des Avanchers-Valmorel et Saint-François-Longchamp



Répartition des lits touristiques  
source : SMTB 2017

Pour être une destination touristique attractive, il est nécessaire d'être doté d'une offre d'hébergement touristique variée et qualitative. A l'échelle du périmètre valléen, et des 2 destinations VALMOREL et SFL, les hébergements touristiques sont importants et se concentrent essentiellement à proximité des principaux pôles touristiques, notamment la station de Valmorel et de Saint-François Longchamp. Par conséquent, les meublés de tourisme et les résidences secondaires sont nettement majoritaires dans le parc d'hébergement. A contrario, peu de lits hôteliers ou en chambre d'hôtes sont comptabilisés.

A l'échelle de la commune des Avanchers-Valmorel qui supporte la station de Valmorel, on dénombre (fin 2018) :

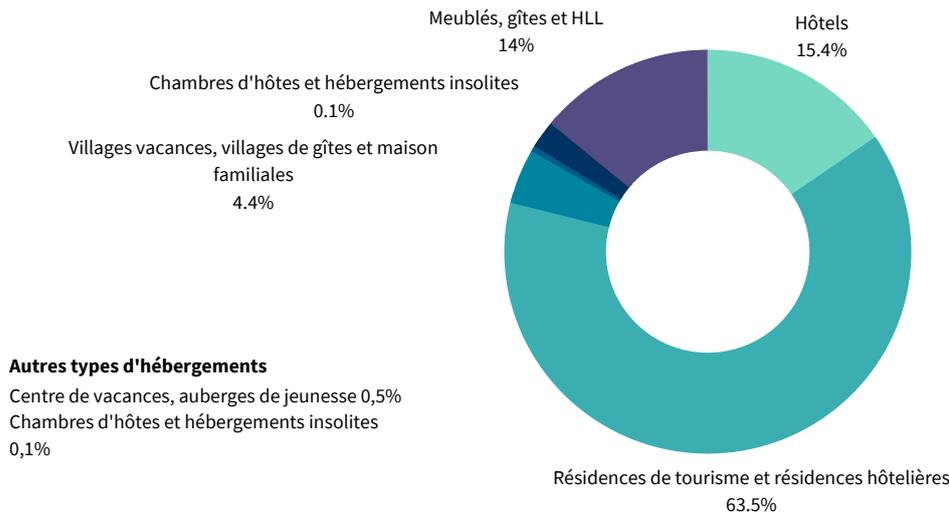
- 2 623 résidences secondaires, soit environ 13 115 lits (méthode DGE)
- 700 meublés de tourisme, soit environ 2800 lits (méthode DGE)
- 2 villages club : Club Med 4\* 880 lits, Villages Clubs du Soleil 3\* 225 lits
- 3 Résidences de Tourisme : CGH La Grange aux Fées 4\* 410 lits, Chalets Club Med 5\* 161 lits, MGM Anitéa 5\* 230 lits
- 3 Hôtels : Le Bourg 3\* 119 lits, Oxygène 3\* 20 lits, Chalet du Crey 2\* 66 lits
- Maison Familiale La Vigogne : 60 places
- 10 lits en chambre d'hôtel

Soit un total d'environ 18 000 lits.

La problématique principale est la proportion importante de lits dits froids. On estime entre 35 et 40% la part de lits commercialisés dans le périmètre large station. Les programmes immobiliers récents, combinés à la politique propriétaire mise en œuvre depuis quelques années ne suffisent pas à compenser la sortie des baux commerciaux.

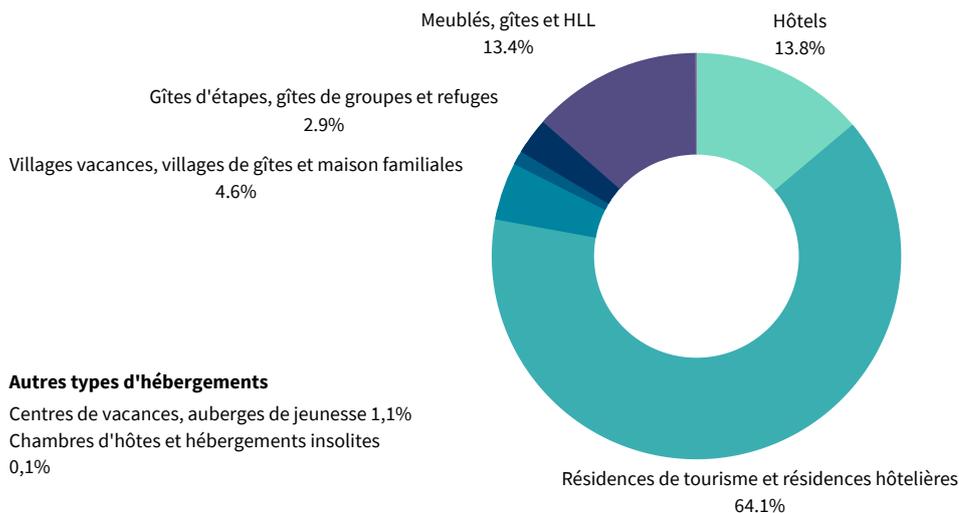


## Répartition des nuitées touristiques par type d'hébergement sur le périmètre Espace Valléen



Source : Auvergne Rhône-Alpes Tourisme, Module d'évaluation du poids touristique des territoires.

## Répartition des lits touristiques par type d'hébergement sur le périmètre Espace Valléen



Source : Auvergne Rhône-Alpes Tourisme, Module d'évaluation du poids touristique des territoires.

### o 2.3.1.3 L'offre hivernale

Le territoire propose un environnement très diversifié, encadré par le Massif de La Lauzière, le Cheval Noir et le Massif du Beaufortain. L'activité touristique traditionnelle de ski alpin se concentre dans les stations d'altitude qui maintiennent un dynamisme important même si les périodes d'intervacances sont assez calmes (en particulier janvier).

En dehors des stations, des spots d'activités douces tels que la vallée de Nâves, ou le domaine du Grand Coin proposent des alternatives agréables et de plus en plus recherchées, la crise du COVID-19 ayant accéléré ce phénomène (fréquentation multipliée par 3 lors de l'hiver 2020/2021 sur le domaine de Nâves).

En résumé

- Le Grand Domaine offre 165 km de pistes (de 1 250 à 2 550m) et relie les stations de Valmorel, Doucy et Saint-François via le col de la Madeleine et offre à ses amoureux de skis un domaine adapté à tous les niveaux et plusieurs zones ludiques.
- Le domaine nordique de Nâves propose 42km de ski de fond, de nombreux circuits raquettes balisés et des stages de biathlon.
- L'espace nordique du Grand Coin à Montaimont propose 70km de ski de fond et 60km de parcours raquettes
- L'ensemble des stations est familial, pour partie piéton (notamment Valmorel et Doucy)
- Un espace de ski de randonnée préservé avec le massif de La Lauzière et ses combes vierges d'équipement



#### o 2.3.1.4 L'offre estivale

L'été représente environ 30% de la fréquentation touristique.

La saison estivale se calque traditionnellement sur les vacances scolaires en juillet/août. Seuls quelques établissements et activités proposent des amplitudes plus importantes sur juin et septembre, plutôt en dehors des stations.

La position en moyenne altitude des sites touristiques du territoire lui confère des atouts indéniables. Le climat y est doux, voire chaud.

La végétation est variée avec une présence importante de la forêt à l'altitude des hébergements (entre 1000 et 1650m). De nombreuses activités sont proposées aux visiteurs dont les deux principales sont la randonnée pédestre et le VTT.

Le domaine VTT de Valmorel et des Vallées d'Aigueblanche labellisé FFC comporte 27 parcours sur plus de 1500 m de dénivelé, à travers 3 disciplines : la descente, l'enduro et le cross-country.

4 parcours ont vu récemment le jour sur Saint-François Longchamp. Le VAE est également en plein essor sur le territoire, en particulier sur Saint-François qui multiplie les initiatives.

Côté randonnée pédestre, 25 boucles ont été récemment balisées selon le schéma intercommunal de randonnée des Vallées d'Aigueblanche. Saint-François ou encore le Syndicat Mixte de La Lauzière proposent également un nombre important de parcours de toute nature. Plusieurs parcours trail viennent compléter cette offre, faisant écho aux événements Trail organisés sur le territoire.

#### Une activité estivale importante mais moins structurée que l'hiver

Si des initiatives telles que le Pass Aventure à Valmorel ou My Card à Saint-François (carte multiactivités) agrègent plusieurs offres touristiques sous la houlette des offices de tourisme, ce n'est pas comparable à la saison hivernale en termes de structuration et d'organisation de l'offre globale.

De nombreux prestataires et activités sont accessibles en été, mais le parcours client est assez compliqué.

Néanmoins, dans l'attente d'une démarche innovante de structuration, ces offres sont nombreuses :

- parapente à Valmorel ou Nâves
- eaux vives en fond de vallée
- cyclotourisme, notamment sur la variante de la Route des Grandes Alpes (col de la Madeleine)
- luge 4 saisons à Saint-François
- centre aquatique à Aigueblanche
- parc accrobranche à Valmorel
- etc.



Randonnée au-dessus du col de la Madeleine

En dépit de cette offre importante, les volets patrimoine culturel et lieux naturels de baignade ne sont pas très développés.



## — 2.3.1 Diagnostic territorial

### o 2.3.1.1 Accès et mobilité

Territoire de montagne, la Tarentaise est cependant bien reliée à l'extérieur grâce aux investissements réalisés à l'occasion des Jeux Olympiques de 1992: la RN 90 à deux fois deux voies, relie Moûtiers à Albertville puis par les autoroutes A 430, A 43 et A 41 à Chambéry et au-delà l'ensemble du sillon alpin et l'agglomération lyonnaise, ainsi qu'à la vallée voisine de la Maurienne puis l'Italie et Turin. Avec l'accessibilité ferroviaire vers Lyon et Paris et aéroportuaire (Lyon Saint-Exupéry et Chambéry), le territoire est ainsi ouvert sur le monde, ce qui contribue à son attractivité touristique.

L'accessibilité au territoire de Valmorel et des Vallées d'Aigueblanche reste donc essentiellement routière (voiture individuelle). La station de Valmorel est la 1ère station de Tarentaise, ce qui lui confère un atout indéniable. Néanmoins, si pendant 95% de l'année son accessibilité est excellente via la RN90 à 2x2 voies, puis une quinzaine de kilomètres de route départementale, la saturation du réseau routier et autoroutier en aval les weekends de vacances de Noël et de vacances d'hiver peut allonger les temps de parcours depuis Lyon et Chambéry de plusieurs heures. Il arrive que la Préfecture ferme la sortie n°38 sur la RN90 afin de maintenir la fluidité du trafic sur le réseau secondaire, obligeant les visiteurs à se rendre jusqu'à Moûtiers pour retourner vers Valmorel ou Doucy. Une réelle concertation doit ainsi être menée avec les services de l'Etat à ce sujet.

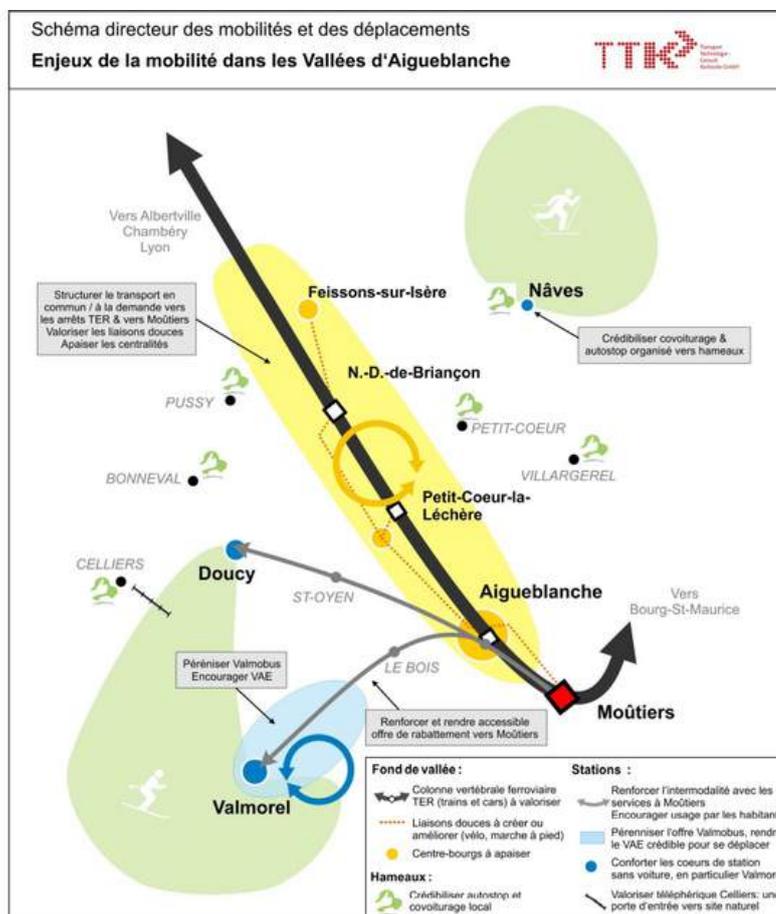
L'accès routier à Saint François Longchamp est identique jusqu'à la séparation des autoroutes A43 (Maurienne)/A430 (vers Tarentaise) en aval d'Albertville. Une fois engagés en Maurienne, on n'observe plus de difficulté majeure pour accéder à la station.

Le réseau ferroviaire dessert également assez bien les portes d'entrées du territoire, que ce soit à La Chambre côté Maurienne au pied de la montée du col de la Madeleine, ou à Moûtiers (3km d'Aigueblanche) où l'on trouve la présence d'une gare TGV. La présence d'une voie unique en Tarentaise et en aval d'Albertville ne permet malheureusement pas de dépasser le seuil de saturation actuel du réseau les weekends de haute saison hivernale. Le TER arrive directement sur la commune de La Léchère à la gare de Notre-Dame-de-Briançon. En revanche, le rabattement vers les pôles touristiques du territoire est à améliorer (pas d'intermodalité ou temps d'attente parfois important lors des ruptures de charge).

Plusieurs actions de mobilité interne ont été mises en place, notamment des navettes "skibus" dans les stations de Valmorel et SFL, mais également une navette La Léchère/Valmorel été/hiver (6 mois) en cours d'expérimentation. Le dispositif d'autostop sécurisé Rézo'Pouce vient compléter l'offre côté Tarentaise, plutôt à destination des habitants et des saisonniers.

Par ailleurs, la commune Saint-François Longchamp développe un service de mobilité douce en VAE via des stations en libre service entre ses 3 pôles principaux depuis quelques années.

L'accessibilité au territoire est donc plutôt bonne voire très bonne, en dehors des épisodes de pointe des weekends de haute saison hivernale. On note une marge de progression importante de report modal de la voiture au train (TER), à condition que l'attractivité du service soit renforcée, en particulier en été.





o 2.3.1.2 Un territoire de vie

**Les populations**

Le périmètre Valléen présenté comporte une population permanente d'environ 7 700 habitants :

- 7 250 dans les Vallées d'Aigueblanche dont près de 4 000 pour la commune de Grand-Aigueblanche
- 550 pour la commune de Saint-François Longchamp

La répartition est assez déséquilibrée avec 70% des habitants concentrés en fond de vallée de la Tarentaise (Aigueblanche/La Léchère), et le reste dans les vallées de montagne éclaté dans de multiples hameaux (environ 10% aux Avanchers-Valmorel avec 9 hameaux par exemple).

La croissance de la population (+12% CCVA entre 1998 et 2008) et des emplois est assez importante (Tarentaise) mais la croissance des résidences principales est largement supérieure, traduisant une décohabitation importante et une consommation foncière de vallée (Source: diagnostic SCoT Tarentaise-Vanoise).

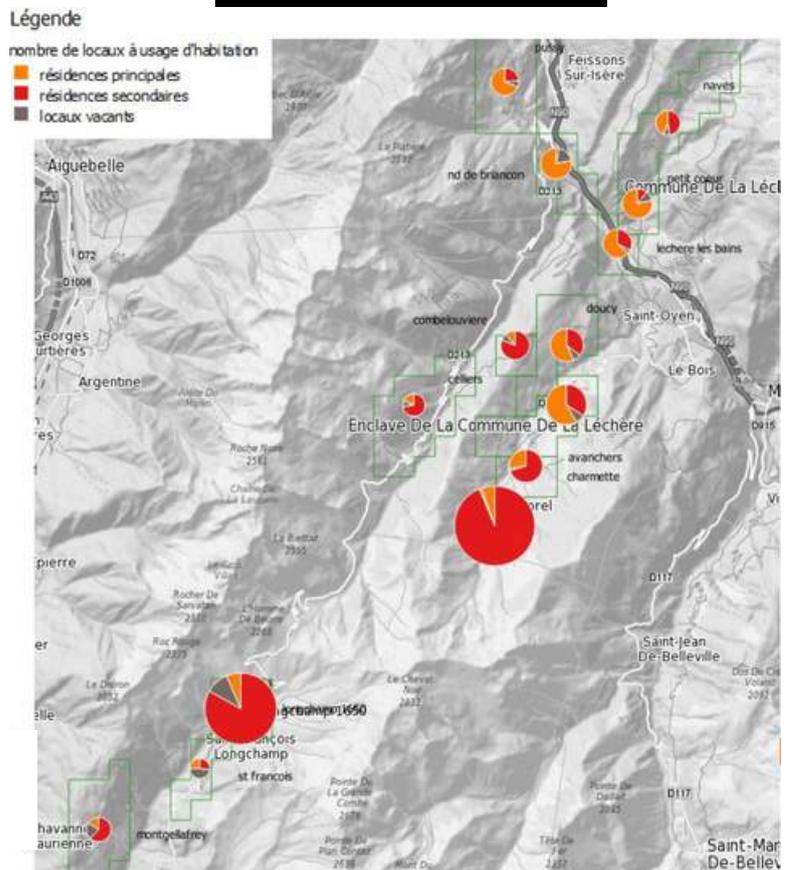
Près de 40 000 lits touristiques sont répertoriés sur le territoire soit environ 5 fois plus que le nombre d'habitants permanents. En saison hivernale, la population présente sur le territoire grossit donc considérablement avec une concentration dans les stations d'altitude de Valmorel, Doucy et Saint-François Longchamp. Ce qui implique de dimensionner routes, parkings, station d'épuration et transports en fonction de cette saisonnalité.

**Les saisonniers**

Le territoire de la CCVA compte 3 286 actifs pour 2 822 emplois dans la zone (source INSEE), dont 82 % d'emplois salariés et 18 % d'emplois non salariés. La saisonnalité est forte avec l'activité touristique hivernale et estivale et le nombre d'emplois varie en fonction des saisons, nécessitant de faire appel à des actifs non locaux pour que tous les postes soient pourvus et que les services puissent fonctionner.

Côté vallées d'Aigueblanche, le territoire, hors La Léchère, en pleine charge en saison d'hiver, nécessite environ 840 personnes salariées (Source : ACOSS-URSSAF) pour fonctionner. Il faut ajouter les travailleurs indépendants, essentiellement les moniteurs de ski, au nombre de 160, ce qui fait un total de 1 000 saisonniers.

Répartition de la population permanente dans le périmètre Espace Valléen





L'été, on compte moins de saisonniers (environ 300 selon l'enquête auprès des employeurs) :

- les remontées mécaniques ne sont que très partiellement ouvertes ;
- les travailleurs indépendants sont nettement moins nombreux, avec l'absence des moniteurs de ski ;
- quelques commerces et services sont fermés ou partiellement fermés (pas d'activité de location de ski) ; ils fonctionnent donc avec moins de personnel, qui sont alors souvent les saisonniers locaux fidélisés ;
- Néanmoins, l'été, il y a aussi les saisonniers de l'activité VTT, soit une quinzaine de personnes.

Par ailleurs, le taux de remplissage des stations est inférieur à l'hiver et plus de logements sont disponibles à la location saisonnière. La question du logement des saisonniers en été est donc plus facilement traitée.

Le périmètre CCVA accueille chaque hiver environ 1000 saisonniers, dont 70 à 75 % viennent de l'extérieur et nécessitent un hébergement.

95 % des saisonniers de Valmorel se voient proposer un logement via leur employeur, dans un logement qui lui appartient, en foyer, dans un logement qu'il loue dans le parc privé. Le Club Méditerranée loge ses 380 salariés dans ses locaux.

Ceux de Doucy et La Léchère-les-Bains sont logés par leur employeur.

Il reste donc 25 à 30 personnes qui se logent par leurs propres moyens.

Le parc public est important et montre un véritable effort de la part des collectivités et des partenaires sociaux :

- 37 logements OPAC
- 12 logements Val Savoie Habitat
- 76 appartements dans le foyer du Bercail appartenant à la CCVA (pionnière en la matière)
- 22 appartements dans le foyer de La Léchère
- 6 appartements, propriété de la commune des Avanchers-Valmorel
- 16 appartements appartenant à la CCVA
- 2 appartements communaux à Nâves.

Quantitativement, les besoins sont couverts localement. Des pistes d'amélioration peuvent être envisagées sur :

- la qualité des hébergements, à vérifier avec le temps
- l'accès financier quand les saisonniers doivent louer eux-mêmes leur logement
- la centralisation de l'offre pour la rendre plus visible aussi bien pour les salariés que pour les employeurs. Ceci est fait au niveau du Bercail pour la station de Valmorel.

Pour les saisonniers qui logent dans le fond de vallée et qui travaillent en station, des solutions de transport collectif privé gérées par les employeurs existent (Domaine Skiable de Valmorel par exemple) et des expérimentations de navettes vallée/station sont en cours.

Côté Saint-François Longchamp où l'on recense environ 450 saisonniers, une grande partie n'a pas rencontré de difficulté pour se loger et 70% d'entre eux sont satisfaits de leur logement :

- Les saisonniers qui se logent dans la station sont principalement dans le centre.
- La mobilité est un point faible important à Saint-François-Longchamp : peu de navettes et mauvaise amplitude horaire.
- De nombreux services manquent, principalement à SFL 1450
- 85% des employeurs proposent des solutions à leurs saisonniers, principalement en louant des logements dans des parcs privés ou en devenant propriétaire d'un logement.
- Selon eux, le meilleur moyen de les loger est de créer un foyer dédié aux saisonniers (absent pour le moment) .





## Les services à la population

Le territoire est globalement bien pourvu en services à la population mais présente des disparités importantes. Les zones de stations sont bien dotées en saison touristique (surtout hivernale) avec commerces, cabinet médical, poste, etc. mais nettement moins en hors-saison, voire pas du tout.

Les villages isolés tels que Celliers ou Nâves n'ont de leur côté aucune commodité, et les habitants et visiteurs doivent se rendre dans la vallée pour trouver les produits de première nécessité (environ 15km). Des services de distribution sont en cours de réflexion pour ces vallées.

Le tourisme contribue pour 72% (source : diagnostic SCoT Tarentaise Vanoise) au chiffre d'affaires du commerce du territoire. Ce fonctionnement commercial adossé au tourisme se caractérise par la dominance de deux activités principalement :

- le sport (25 % des établissements),
- l'alimentaire (23 %).

Ce fonctionnement particulier renvoie également à une clientèle composite aux attentes et comportements différents :

- Les résidents permanents, clientèle relativement stable avec des niveaux de ressources comparables à ceux observés au niveau départemental. Elle se caractérise par une population plus jeune que la moyenne départementale mais enregistre tout comme le département un vieillissement de la population. Elle manifeste un intérêt pour le développement des centralités urbaines en complément des grandes surfaces amplement fréquentées. Elle recherche une offre commerciale diversifiée dans des gammes moyennes,
- Les actifs non résidents, en raison de la forte concentration d'emplois du territoire, de nombreux actifs extérieurs viennent travailler en Tarentaise, contribuant à une présence quotidienne forte,
- Les résidents secondaires, avec des attentes proches de celles des habitants mais pour des gammes de produits plus élevées,
- Les touristes de passage, avec une clientèle très importante sur la saison d'hiver mais qui fréquentent plus facilement les commerces de station et une clientèle estivale moins nombreuse et plus volatile. Cette dernière pourrait être davantage attirée par une amélioration de l'attractivité urbaine et de la diversité commerciale des bourgs.

La commune d'Aigueblanche dispose d'une petite zone commerciale comprenant un supermarché qui a progressivement été rattrapé par l'urbanisation et se trouve à présent entourée de maisons à une distance assez proche du cœur historique aujourd'hui dépourvu de commerce. Une amélioration urbaine de cette offre commerciale permettrait une intégration plus qualitative dans l'espace urbain et l'amélioration de sa fréquentation piétonne.

En revanche, les secteurs de fond de vallée, en particulier Aigueblanche-La Léchère concentrent une offre assez riche, complétée par la proximité directe du pôle de Moûtiers (3km), le deuxième de la vallée de la Tarentaise. Une large palette est accessible aux habitants et visiteurs :

- Équipements sportifs : stade, gymnases, zones de loisirs, etc.
- Équipements et services culturels : médiathèque, école des arts, etc.
- Équipements scolaires : de la maternelle au lycée
- Tous les services de santé et un hôpital (un déficit de praticiens libéraux est cependant constaté)
- Tous types de commerces, de la boutique de centre-ville aux supermarchés



Pour Saint-François-Longchamp, ces équipements et services se trouvent pour partie sur le territoire communal mais en majorité à La Chambre (environ 15km en aval), voire à Saint-Jean-de-Maurienne qui se trouve un peu plus loin en amont dans la vallée de la Maurienne.



### o 2.3.1.3 Économie touristique du territoire

Comme indiqué précédemment, l'offre globale d'**hébergement** est assez importante en volume mais la problématique principale est la proportion importante de lits dits froids. Les programmes immobiliers récents, combinés à la politique propriétaire mise en œuvre depuis quelques années ne suffisent pas à compenser la sortie des baux commerciaux.

En revanche, une période de cession d'appartements par les propriétaires historiques, notamment dans le cadre de succession, s'est ouverte et représente une véritable opportunité de relance de la commercialisation de nombreux lits, en particulier à Valmorel.

Le second frein au développement est la proportion importante de logements de petite taille. En effet, on observe une surreprésentation des T2 (environ 50%) et des studios (environ 30%). Les T3 (environ 15%) et les T4 et plus (environ 5%), qui sont au cœur des demandes touristiques d'aujourd'hui sont en nombre assez limité.

Avec un parc moyen âgé d'environ 30 ans, les problématiques d'accessibilité sont bien présentes : halls d'entrée exigus, marches d'escaliers, pas d'ascenseur... Un travail important a débuté auprès des copropriétés afin de les sensibiliser à ces problématiques et mettre en œuvre des solutions concrètes pour à pallier ces difficultés via la Maison des Propriétaires dans les Vallées d'Aigueblanche, et via les services de la mairie à Saint-François-Longchamp (future création d'une Maison des Propriétaires). Pour mobiliser de façon concrète les propriétaires, la CCVA a créé, en partenariat avec la commune des Avanchers, l'Union des Syndicats de Copropriétaires de Valmorel et les entreprises locales, un showroom en rez-de-chaussée de la Copropriété « Le Hameau du Morel » à Valmorel.

Le but est de permettre aux propriétaires d'accéder à des conseils et informations, de leur proposer des solutions de rénovation et de remise en tourisme, dans le but d'améliorer la qualité de l'hébergement de la station et sa mise en marché.

La maison des propriétaires, guichet unique, propose au travers du showroom :

- Un accompagnement 360 ° pour donner un nouveau souffle ou mettre en œuvre un projet locatif ;
- Une vraie conception (architecte, décorateur), une maîtrise technique, un budget discuté et maîtrisé. Le showroom permet de confronter les suggestions d'aménagement à la réalité ;
- Un accompagnement des projets des copropriétés en relation avec les Syndics et en partenariat avec l'opération Coach Rénov pilotée par l'Assemblée de Pays Tarentaise Vanoise et l'ASDER.
- Un lien constant avec l'Office de Tourisme, les services de la Mairie et de la CCVA, Valmorel Gestion et DSV.
- Des temps de rencontre animés par des experts.

Ailleurs dans les villages, pôles secondaires et départs des activités « nature », l'offre d'hébergement touristique est assez faible mais plutôt complémentaire à l'offre des stations avec un peu de gîtes, chambres d'hôte et quelques hébergements insolites.

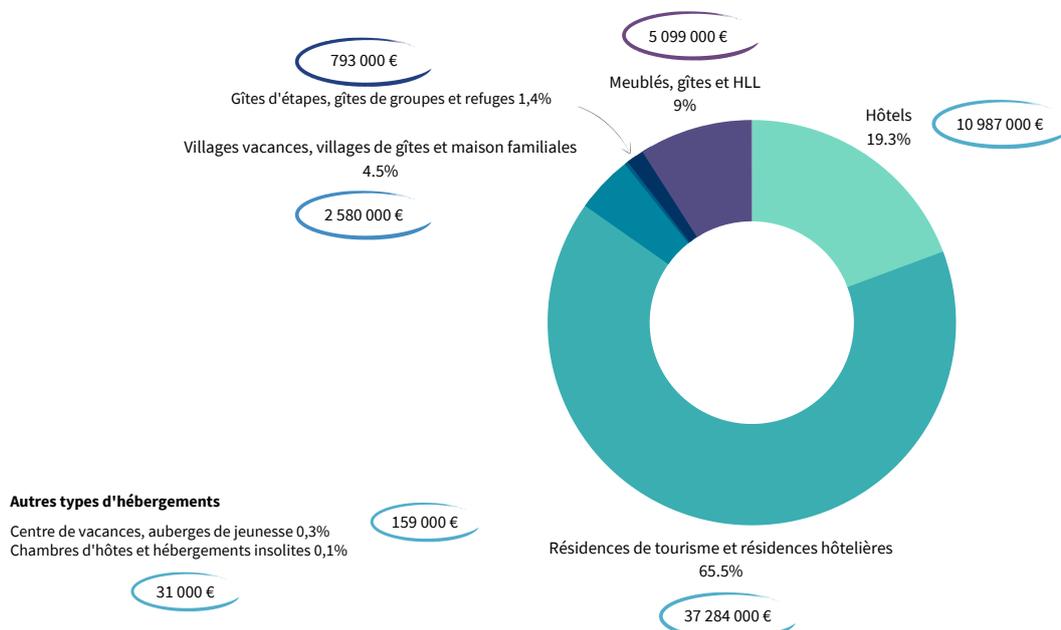


Hébergement insolite dans la vallée de Nâves



Le poids des retombées du tourisme est très élevé puisqu'on l'estime à **plus de 56 M€** sur le périmètre valléen.

### Poids des retombées économiques des séjours par type d'hébergement Vallée d'Aigueblanche - Valmorel



Source : Auvergne Rhône-Alpes Tourisme, Module d'évaluation du poids touristique des territoires.  
Les outils régionaux ne permettent pas une approche par périmètre communal les données représentées couvrent donc uniquement le périmètre de la communauté de communes de la Vallée d'Aigueblanche - Valmorel

Les événements organisés sur le territoire apportent également une dynamique économique importante que les collectivités tentent de mesurer précisément. La CCVA a par exemple mis au point un outil permettant de mesurer ces retombées directes et indirectes sur le territoire et qui a été testé sur l'événement Mad'Trail en 2017 à Valmorel. Le résultat est parlant et justifie l'organisation de ce type d'animation et les crédits publics dédiés par les collectivités pour les soutenir.



#### GÉNÉRER UNE ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE

- Environ 380 000 euros dépensés sur le territoire (entreprises et particuliers) en lien direct avec le Mad'Trail, dont 51% de dépenses d'hébergement.
- En moyenne, chaque participant génère 426 euros de dépense (participant et accompagnants).
- 98% des dépenses proviennent d'acteurs extérieurs au territoire.
- Des commerçants unanimes sur l'intérêt de l'événement.



**Le Grand Domaine, domaine skiable de Valmorel/Saint-François Longchamp**

Le Grand Domaine offre 165 km de pistes (95 km pour Valmorel/Doucy et 60km pour SFL) et relie les stations de Valmorel, Doucy et Saint-François via le col de la Madeleine et offre à ses amoureux de skis un domaine adapté à tous les niveaux et plusieurs zones ludiques.

Le domaine skiable de Valmorel compte 32 remontées mécaniques (âge moyen d'environ 20 ans) pour un débit horaire total de 42 800 personnes/heure et 54 pistes de tous niveaux sont proposées à la clientèle.

Valmorel dispose d'une marge de développement notamment sur du ski-journée au regard des chiffres de fréquentation et de la position géographique de la station, à l'entrée de la vallée de la Tarentaise



Domaine skiable de Valmorel

D'importants investissements ont été consentis pour moderniser et sécuriser le domaine skiable plutôt dans les années 2000 sur Saint-François, et après 2020 pour Valmorel avec notamment le remplacement d'anciens appareils par 2 télésièges débrayables 6 places en 2018 et 2020.

Le développement de la neige de culture à l'aide d'enneigeurs nouvelle génération et de nouvelles ressources en eau permet aujourd'hui de couvrir plus de 20% du domaine et notamment les secteurs clés. A court terme, la fiabilisation des liaisons du Grand Domaine sera réalisée.

Des éléments d'agrément sont progressivement installés sur le domaine tels que des points photos automatiques, des bornes de rechargement téléphone ou des zones de repose et contemplation.

Les études climatiques qui seront prochainement engagées devront permettre de cibler et rationaliser les investissements avec une véritable notion de durabilité et de cohérence, en particulier pour la fiabilisation des liaisons basses, ou la diversification des activités.



## Les activités touristiques

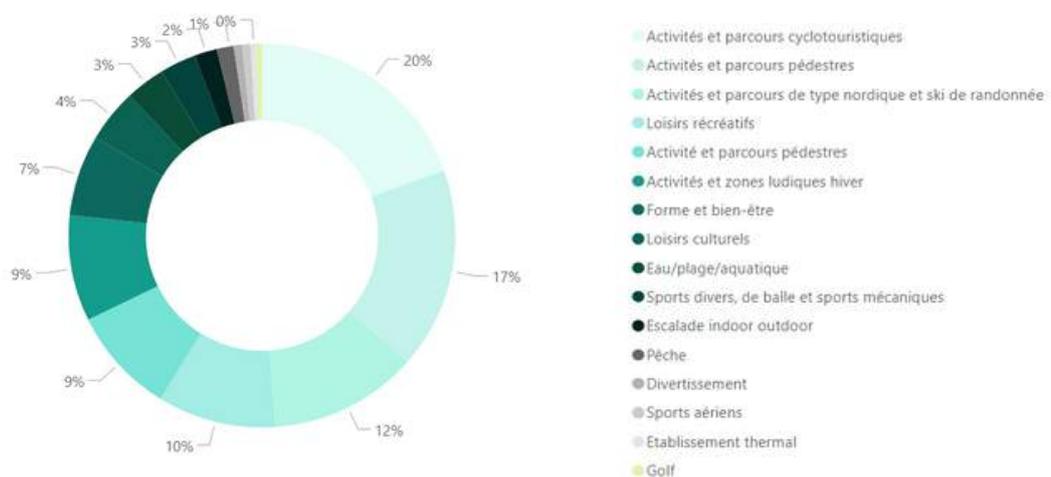
Bien que plusieurs communes soient convenablement équipées, la plupart manque d'un certain nombre d'infrastructures constituant l'offre de base d'une destination touristique.

Il semble nécessaire de poursuivre les réflexions sur les liens à créer entre les pôles afin que la clientèle puisse se répartir convenablement sur le territoire et découvre toute sa diversité et sa complémentarité.

L'exemple des piscines illustre ce point : Valmorel et Doucy possèdent une piscine découverte ouverte uniquement l'été, mais rien l'hiver, alors qu'à Aigueblanche le centre aquatique du Morel est ouvert toute l'année. La mise en réseau de ces sites, notamment via une offre de transport est donc un véritable enjeu. Les lieux de convivialité et de pratique « indoor » en cas de mauvais temps sont globalement manquants et demandent à être développés.

L'agritourisme se développe progressivement par le biais de visites à la ferme (Nâves, Pussy, Celliers). La création d'espace de découverte et d'évènements reste néanmoins à encourager et à structurer, notamment avec les producteurs de l'AOP Beaufort souvent regroupés en groupements pastoraux. Il en est de même pour la valorisation du patrimoine qui manque cruellement de parcours de visite structurés et faciles d'accès pour le visiteur.

Néanmoins, le territoire est intégré dans le « Pays d'Art et d'Histoire », et permet via la FACIM notamment une découverte riche de patrimoines gastronomique, religieux, vernaculaire et environnemental.



## Le thermalisme

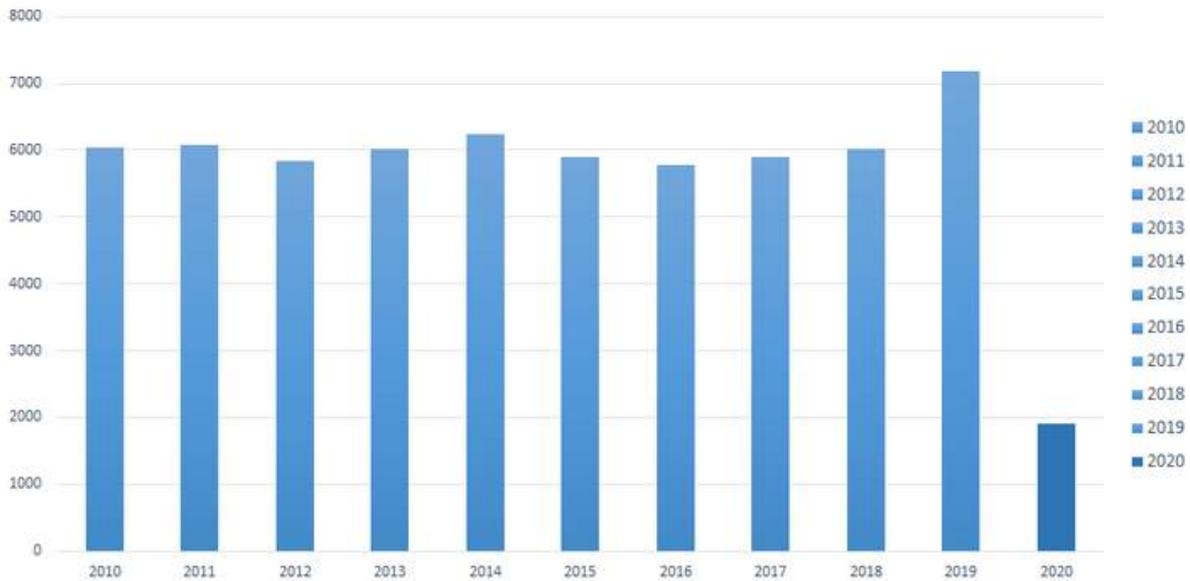
Si la Léchère les Bains est une station thermale qui s'est développée grâce aux ambitions des décideurs territoriaux, elle s'est progressivement adaptée aux évolutions récurrentes de la clientèle thermale pour devenir à terme l'une des offres en pointe du bien-être et de la prévention santé. En effet, le confortement de l'activité thermale requiert des évolutions significatives tant en termes d'équipements que de développement de services afin de faciliter le parcours thermal et de prévention mais aussi touristique afin d'accéder aux offres support de la destination. Composante majeure de l'attractivité touristique et territoriale aux côtés des pôles loisirs et tourisme que sont Valmorel, Nâves, Celliers ou encore Doucy, la station thermale est un marqueur important qui se développe autour d'un objectif partagé : être une « station sur mesure » pour se différencier des autres offres partenaires ou concurrentes. La crise du COVID-19 a profondément impacté l'activité pour faire chuter le nombre de curistes à 2000 en 2020 au lieu des 6000 enregistrés habituellement. 2 enjeux se présentent :

- retrouver le niveau d'activité d'avant 2020
- poursuivre la mutation et la modernisation de la station thermale dont certains éléments sont vieillissants, et requalifier le secteur urbain et commercial



## La Léchère-les-Bains, c'est

6 000 curistes  
Un spa thermal de 1 500m<sup>2</sup>  
Eau thermale 45m<sup>3</sup>/h à 61°C  
Phlébologie/Rhumatologie



Evolution du nombre de cures conventionnées sur 2010-2020

### • 2.3.1.3 Positionnement et marketing

#### Positionnement territorial

Le positionnement de la destination VALMOREL, que ce soit en hiver ou en été, se base sur l'altitude moyenne, la naturalité, l'architecture et la diversité. L'hiver, VALMOREL se définit avant tout comme une destination de montagne au sens premier du terme, qui en plus de son domaine skiable relié avec Saint François Longchamp, offre des activités variées et identifiées montagne : raquettes, chiens de traîneaux...

L'été, son altitude et ses reliefs, ses paysages et son climat positionnent VALMOREL comme une destination multi-activités, qui offre la possibilité pour une famille en séjour d'une semaine de découvrir deux activités différentes par jour.

Le principal dénominateur commun du positionnement des deux saisons repose sur l'aspect famille, au travers des services, de l'accueil et des animations/activités.

#### DES VALEURS PROPRES



De son côté, le positionnement de SFL se traduit par une "qualité de vie et un bonheur en société". Il est donc nécessaire de créer une rupture avec le quotidien des visiteurs, un retour vers ce qui est vrai et authentique (par opposition aux artifices urbains), à la simplicité.



Les valeurs de la destination SFL



## Stratégie marketing

Il n'y a pas de stratégie marketing unique à l'échelle de l'Espace Valléen du col de la Madeleine.

La destination VALMOREL comporte des marques singulières avec des valeurs propres, pour une stratégie marketing partagée. Communication autour des registres de la naturalité, de l'authenticité et de l'art de vivre. Le souhait commun est de développer la notoriété de la station et une image de marque forte. L'enjeu est aujourd'hui de faire adhérer l'ensemble du territoire à la marque « VALMOREL » et à la charte graphique commune afin de créer une véritable unicité. Il est nécessaire d'unir le territoire sous la marque ombrelle « VALMOREL » tout en gardant les spécificités et les positionnements propres de chaque entité du territoire. Le but est la construction et la compréhension de l'image de la destination touristique VALMOREL. Une concertation et une réflexion des acteurs du territoire avaient été engagées en 2018 afin de déterminer les cinq marques actuelles pour chacun des sites touristiques qui composent le territoire.



Saint François Longchamp est



**LA destination chaleureuse  
pour se ressourcer en montagne,  
où LE PLAISIR EST GARANTI,  
en faisant le plein d'activités  
avec ses enfants de 6 à 12 ans.**

**SAINT-FRANÇOIS LONGCHAMP,  
UNE MONTAGNE DE BIEN-ÊTRE !**

# 3. Cadre de la candidature 2021-2027

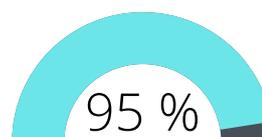


## 3.1. Bilan du programme 2015-2020

### — 3.1.1 Bilan quantitatif (au 31.12.2020)

La mise en œuvre du plan d'actions de la stratégie Espace Valléen 2015-2020 de Valmorel et des Vallées d'Aigueblanche (nouvellement renommé "Espace Valléen du Col de la Madeleine") est globalement conforme à la stratégie validée par le partenariat de Massif en 2016.

La stratégie était alors articulée autour de 3 axes :



de la programmation  
achevée ou en cours



37 opérations dans le plan d'actions initial  
26 opérations engagées  
11 opérations intégrées ultérieurement\*  
35 opérations engagées ou achevées\*\*  
2 opérations abandonnées\*\*\*

\*en remplacement des opérations abandonnées

\*\*suite à avenant au contrat avec la région AuRA

\*\*\*13 si on prend en compte les opérations du plan d'action initial

### — 3.1.2 Bilan qualitatif

Le bilan qualitatif de la programmation 2015-2020 permet de mettre en avant la plus-value de ce dispositif en termes de développement territorial, de dynamique de l'écosystème touristique local et d'échanges et de partages d'expérience entre les territoires intégrés à la démarche de réseau à l'échelle du massif des Alpes.



## Les grands enseignements

Une vraie dynamique de territoire et de destination.

Des projets de diversification

Un réseau d'acteurs consolidé

Des indicateurs touristiques en hausse

La démarche d'intégration de la commune de Saint-François Longchamp réalisée en fin d'élaboration de stratégie n'était pas optimale mais a eu le mérite de sensibiliser les acteurs de SFL sur le programme, ses enjeux et ses intérêts tout en permettant la mise en œuvre d'opérations inscrites au plan d'actions sur son périmètre.

### o 3.1.2.1 Opérations non réalisées

Par le terme « non-réalisation », il est indiqué ici les actions qui n'ont pas fait appel à des subventions de la part de l'Espace Valléen ou dont les porteurs de projet ont mené leurs actions séparément de la programmation ou encore non mises en œuvre. Voici ci-dessous les raisons de la non-réalisation des opérations.

INTITULÉS OPÉRATIONS	RAISONS
Développement d'outils numériques d'accompagnement et d'information du client sur son parcours - Planificateur de transport	Pas de définition précise du projet. Forte concurrence d'autres plateformes et outils émergents. La nouvelle direction de l'office de tourisme n'était pas convaincue par le projet.
Création de l'observatoire environnemental du domaine skiable de Valmorel	L'opération n'a pas été mise en œuvre faute de financements des partenaires. La crise du Covid19 a entraîné un report de l'opération à une date inconnue.
Définition d'une stratégie de déploiement du VAE / modèle économique sur l'ensemble du périmètre élargi de l'Espace Valléen	L'ex SIVOM SFLM a choisi d'engager directement une opération d'investissement en lien avec la stratégie de développement du VAE en Maurienne. La CCVA s'est, elle, inscrite dans une démarche Tarentaise de création de parcours de VTTAE (EV Tarentaise).
Création d'un pôle d'attractivité autour du canyon de l'Eau Rousse	La concertation avec les professionnels du canyoning n'a pas été engagée. Le projet n'a pas été réalisé car pas encore assez mûr, et faute de crédits budgétaires disponibles. De plus, des travaux EDF sur les prises d'eau en amont du canyon ont stoppé l'activité canyoning pendant près de 3 ans.



## INTITULÉS OPÉRATIONS

## RAISONS

**Création et structuration de la Maison de l'Abeille Noire - conservatoire de l'abeille noire**

Devant les incertitudes de financement, de procédure et de trésorerie, l'association porteuse a présenté un projet moins ambitieux au titre de l'EV Tarentaise.

**Conférence des associations du territoire - mise en réseau de l'offre**

Ce sujet, non prioritaire à l'époque, n'a pas été évoqué par les acteurs du territoire.

**Valorisation touristique et loisirs du coteau d'Aigueblanche**

Les difficultés budgétaires de la CCVA conjuguées à une faible adhésion des exploitants agricoles du secteur n'ont pas créé un cadre apaisé et sécurisé pour lancer l'opération agricole, préalable indispensable au volet de valorisation touristique.

**Développement de l'itinérance touristique dans les Vallées d'Aigueblanche**

Cette thématique devait initialement être abordée en lien avec la GTA. De plus, c'est un sujet qui doit se traiter à une échelle plus large et la réflexion n'a pas été engagée avec les territoires voisins.

**Spécialisation de la station de Doucy dans l'accueil de la petite enfance**

Cette orientation n'avait pas emporté l'adhésion de tous au moment du dépôt de la candidature. Aujourd'hui encore, la station n'est pas mûre pour se spécialiser sur cette cible.

**Développement d'un outil GRC à l'échelle du territoire des Vallées d'Aigueblanche**

Les principaux acteurs touristiques du territoire ne sont à l'heure actuelle pas tous entendus pour créer un ou

**ADEME**



Agence de l'Environnement  
et de la Maîtrise de l'Énergie



UNION EUROPÉENNE  
Fonds Européen de  
Développement Régional



EN PARTENARIAT AVEC LA RÉGION AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

Avec le soutien de



FONDS NATIONAL  
D'AMÉNAGEMENT  
ET DE DÉVELOPPEMENT  
DU TERRITOIRE  
Massif des Alpes



### ◦ 3.1.2.2 Opérations achevées ou en cours de réalisation

La programme Espace valléen 2015-2020 a permis de mettre en oeuvre de nombreux projets qui n'auraient pu voir le jour sans son effet levier.

La totalité du plan d'actions de la stratégie Espace Valléen a permis de lever 2,3 M€ d'aides des partenaires financiers, avec un taux moyen de subvention de près de 59%.

#### **Accessibilité et mobilité**

**1. Planification** : Elaboration d'un schéma directeur des mobilités et déplacements sur la CCVA et d'une étude zoomée sur la station de Valmorel. Le schéma a abouti à l'élaboration d'un plan d'actions dont une première partie est en cours de mise en oeuvre. Accompagnement sur le volet écomobilité par l'Agence Ecomobilité 73.

**2. Nouvelle offre de mobilité** : Expérimentation d'une ligne gratuite de transport valléestation en saisons hivernale et estivale (la Léchère/Valmorel dans le cadre d'une délégation partielle de compétence de la Région AuRA (en cours). Mise en oeuvre d'un système d'autostop sécurisé à l'échelle de 3 intercommunalités de Tarentaise via le dispositif Rézo'Pouce.

**3. Infrastructures cyclo** : Création d'un itinéraire cyclable sécurisé en fond de vallée en Basse Tarentaise (tranche 1) permettant de relier Aigueblanche à Moûtiers (mise en oeuvre en 2022). Installation de petits équipements et services cyclo sur le territoire.

**4. Élaboration et mise en oeuvre d'un schéma de signalétique pour la station de Valmorel** afin de corriger un point noir de la station et faciliter le parcours client (2021/2022).

#### **Développement d'outils d'évaluation et de suivi de la performance touristique**

**5. Performance touristique** : Création d'un tableau de bord de l'hébergement touristique via l'expérimentation comme site pilote de l'exploitation des données fiscales et cadastrales afin de disposer d'outil de connaissance évolutif.

**6. Évaluation environnementale** : Étude de mesure des impacts du VTT sur les milieux de montagne afin d'orienter et d'aider à la création et la gestion d'un domaine.

#### **Professionnalisation de la filière touristique**

**7. Montée en compétences** : Suite à un diagnostic, élaboration et mise en oeuvre d'un plan de formation des acteurs touristiques du territoire d'avoir accès à une offre in situ de formations de qualité adaptées spécifiquement à leurs besoins, et de créer un réseau local à travers différents formats de rencontre.

**8. Professionnalisation de la filière "événementiel sportif"** : La création d'un « kit événement » pour la mesure des impacts et retombées des événementiels sportifs sur le territoire, avec test d'application sur le Mad'Trail 2017 et l'animation d'un groupe de travail visant la création d'une structure coordinatrice, a abouti fin 2020 à la création d'un pôle événementiel sportif au sein de la CCVA.





## Hébergement

**9. Planification** : Élaboration d'un schéma directeur de développement de l'hébergement touristique sur le périmètre Espace Valléen débouchant sur un plan d'action selon 6 grands axes.

**10. Politique propriétaire** : animation d'un réseau de propriétaires à Valmorel/Doucy et à Saint-François-Longchamp notamment à travers la création d'un service de conciergerie et d'une maison des propriétaires.

**11. Requalification d'hébergements de groupe** : 2 ensembles de gîtes sur Nâves et Montaimont ainsi qu'une auberge de village à Bonneval ont été totalement rénovés afin de se mettre au goût du jour et satisfaire la clientèle adepte de ces sites à l'écart des stations.

### Offre de randonnée tout public

**12. Planification** : élaboration d'un schéma intercommunal de randonnée pédestre des Vallées d'Aigueblanche sous l'impulsion de l'APTV et du Département de la Savoie, balayant toutes les composantes de la randonnée (famille, trail, promenade, sentiers thématiques...), et créant un maillage équilibré sur le territoire.

**13. Création d'une offre de randonnée cohérente à l'échelle du territoire** : création de 26 boucles pédestres (la demi-heure à la journée) et de 20 parcours trail. Intégration de sentiers thématiques dans la démarche. Balisage directionnel et panneaux d'information au départ des circuits. Ces circuits, inscrits au PDIPR, valorisent les patrimoines (naturels et culturels) ainsi que les spécificités du territoire, et sont communiqués sur une carte dédiée et via l'outil Géotrek.

### Confortement de l'activité VTT par sa diversification

**14. Diversification de l'offre** : confortement du domaine par la création d'une piste rouge et la sécurisation de 2 fins de pistes de descente par la réalisation de 3km en site propre. Labellisation "Site VTT-FFC" valorisant une vingtaine de parcours enduro et cross-country sur l'ensemble du territoire de la CCVA.

**15. Mise en place de zone ludique multi activités "pumptrack"** : création d'un espace de loisir pour tous les âges, tous les niveaux et toutes les pratiques. Une pumptrack est une piste composée de séries de bosses et de virages sur lesquels vélos, trottinettes, draisiennes et rollers peuvent pratiquer leur activités.

### Confortement de l'offre estivale

**16. Amélioration des conditions d'accueil** : définition d'un projet de requalification de l'accueil estival du plateau du Tovet à Nâves dans la continuité des aménagements lourds réalisés au départ du domaine nordique. Création de la Maison de Celliers, nouvelle centralité et point d'accueil dans la vallée de l'Eau Rousse.

**17. Développement des APN** : réalisation d'une étude de faisabilité pour la création d'une via ferrata en fond de vallée de l'Isère afin de définir le meilleur site d'implantation et les conditions techniques et financières de sa réalisation.





**18. Développement du VAE** : installation de bornes libre-service à Saint François Longchamp et travaux d'adaptation de circuits. Création de 6 circuits VAE familiaux dédiés à la découverte des richesses du territoire des Vallées d'Aigueblanche dans le cadre de l'EV Tarentaise-Vanoise.



**Patrimoine et spécificités locales**

**19. Valorisation touristique du site pionnier de Celliers** : création d'un sentier d'interprétation du patrimoine lié à la gestion des risques naturels en montagne. Production d'un film thématique par l'IRMA.



**20. Valorisation touristique du patrimoine naturel et culturel autour du col de la Madeleine et du Massif de La Lauzière** : création de deux sentiers d'interprétation de part et d'autre du col, très accessibles et dédiés à la découverte de l'environnement montagnard et de sa biodiversité.



**21. Projet innovant de parcours forestier** : création d'un parcours sport-santé-nature connecté dans le Bois Chaniet situé derrière les thermes de La Léchère. Cette offre touristique innovante pour la station valorise de manière originale et vivante son patrimoine naturel et culturel.

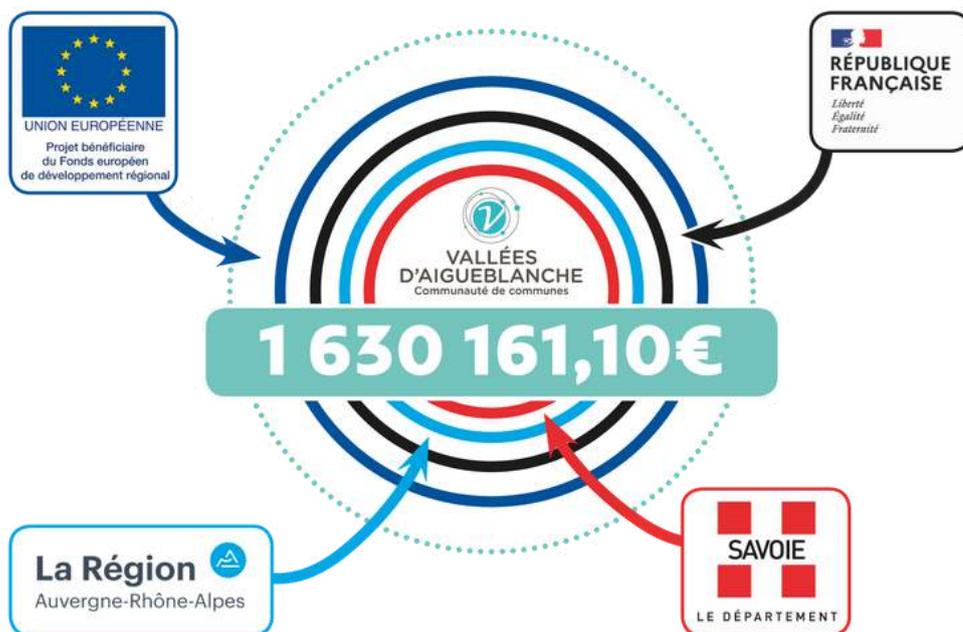


**Amélioration de l'accueil du tourisme d'affaires**

**22. Requalification des salles de séminaire de Valmorel** : création d'un véritable centre de conférence constituant la première pierre de la démarche de développement de filière incentive/séminaires sur le territoire.



## Cofinancements mobilisés au service du territoire Espace Valléen 2015-2020



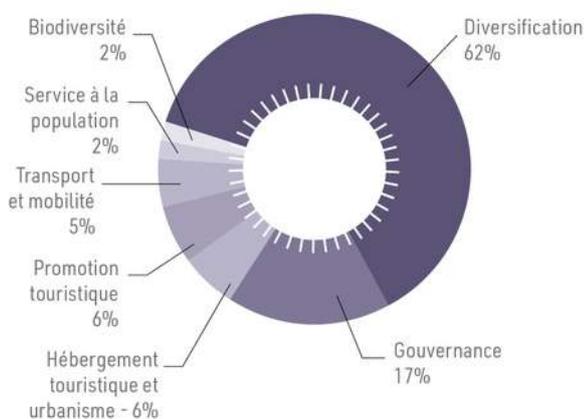
# Bilan au 30 juin 2020 : une vraie dynamique enclenchée

## VENTILATION PAR THÉMATIQUE DU NOMBRE DE PROJETS ENREGISTRÉS

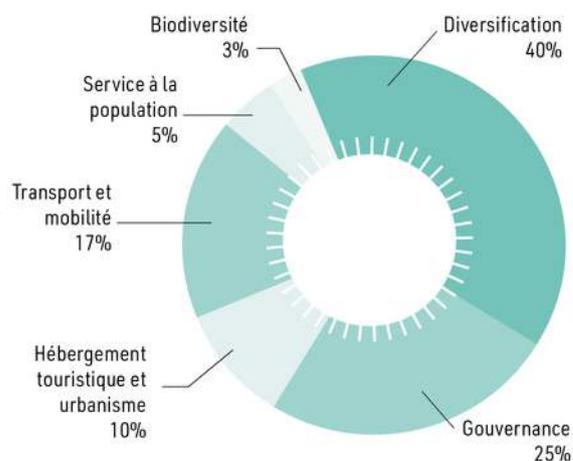
(au 30 juin 2020)

### Dans l'ensemble des territoires

– 6 projets sur 10 visent la diversification touristique –



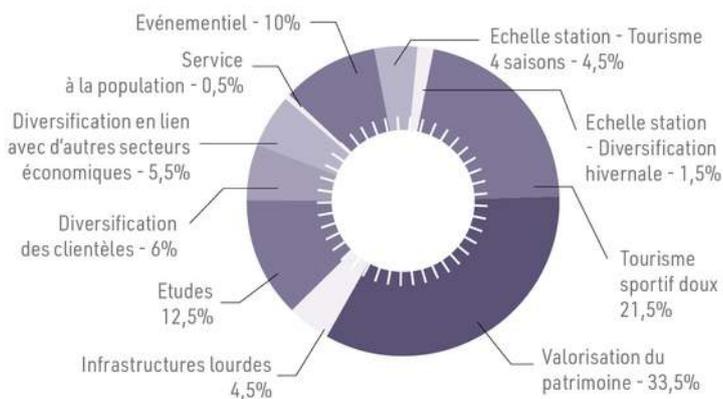
### Espace Valléen Vallées d'Aigueblanche



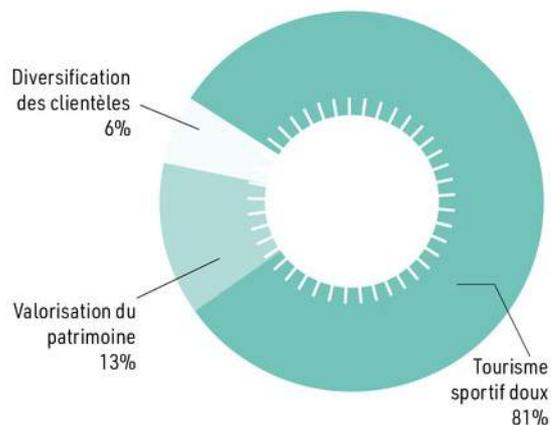
## RÉPARTITION DES PROJETS PAR TYPES DE DIVERSIFICATION

### Dans l'ensemble des territoires

– 1/3 des projets de diversification porte sur la mise en valeur des richesses patrimoniales des Espaces Valléens –  
 – 94% des projets ont été conduits hors du périmètre des stations –



### Espace Valléen Vallées d'Aigueblanche





3.1.2.3 Bilan financier

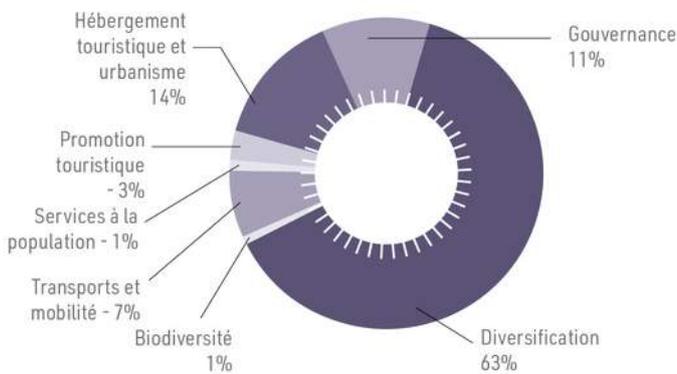
# Bilan au 30 juin 2020 : une vraie dynamique enclenchée

## VENTILATION FINANCIÈRE PAR THÉMATIQUE DE PROJET (Coût total éligible des projets enregistrés)

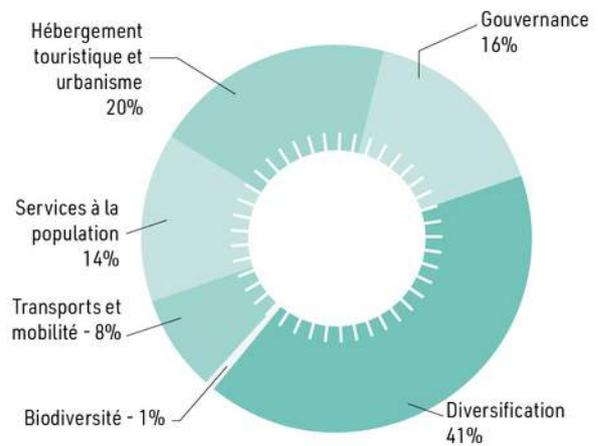
(au 30 juin 2020)

### Dans l'ensemble des territoires

- 6 projets sur 10 visent la diversification touristique -



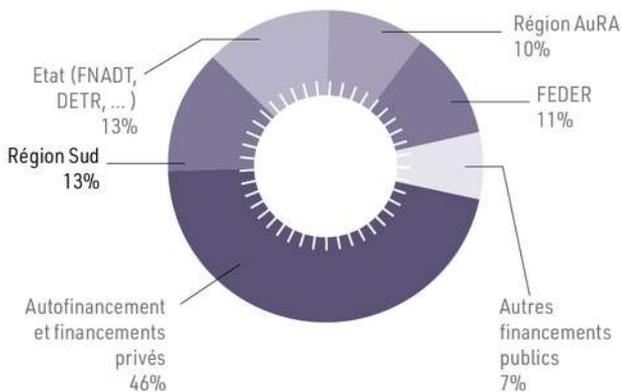
### Espace Valléen Vallées d'Aigueblanche



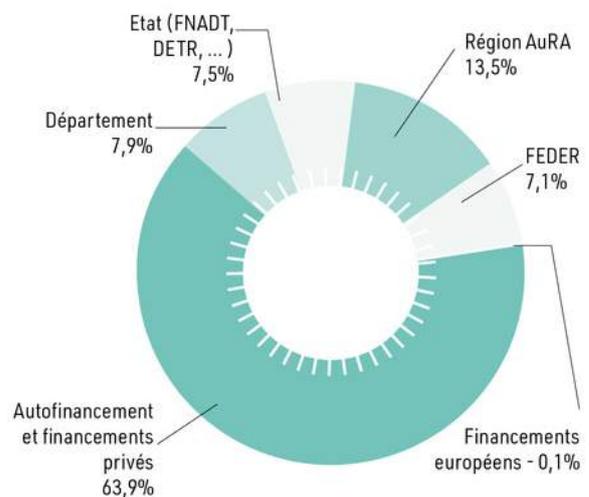
## RÉPARTITION DES SOMMES ALLOUÉES PAR TYPE DE FINANCEUR (Ensemble des projets enregistrés)

### Dans l'ensemble des territoires

- 1/3 des projets de diversification porte sur la mise en valeur des richesses patrimoniales des Espaces Valléens -  
- 94% des projets ont été conduits hors du périmètre des stations -



### Espace Valléen Vallées d'Aigueblanche





### 3.2 Les éléments à prendre en compte en prévision de la nouvelle candidature

Lors de la démarche de concertation menée ces derniers mois plusieurs éléments ont été pris en considération dans l'actualisation de notre stratégie touristique : les enseignements issus de la plateforme de capitalisation, le critère de notre catégorie INRAE, et les modifications profondes induites par le changement climatique et les impacts touristiques de la crise de la COVID-19.

**Pour les enseignements issus de la plateforme de capitalisation, on peut noter qu'il est important**

- d'améliorer l'association des parties prenantes
- de renforcer le travail entre les différents Espaces Valléens
- de capitaliser sur les initiatives des autres Espaces Valléens
- de prendre appui sur les travaux de groupe issus de la plateforme de capitalisation du réseau Espaces Valléens

**La crise de la pandémie de COVID-19** a profondément affecté les mécanismes touristiques mondiaux, nationaux et régionaux. Les difficultés de déplacement à l'étranger, les modifications permanentes des règles et protocoles, les décisions gouvernementales parfois brutales pour les acteurs impactés et la peur qui s'est emparée d'une part importante de la population ont entraîné une chute spectaculaire des recettes liées au tourisme, et par conséquent des investissements dans ce domaine à tous les niveaux. Les territoires de montagne, en particulier des Alpes du Nord, ont souffert de la "saison blanche" durant l'hiver 2020/2021. Beaucoup d'opérateurs enregistrent de grandes difficultés économiques et de nombreux saisonniers n'ont pas eu de travail durant cette période, se retrouvant quasiment sans ressource.



Cette situation a cependant eu **quelques vertus** : elle a favorisé la solidarité, elle a fédéré les destinations. Elle a mis en lumière une autre manière de "consommer" la montagne, développé une appétence pour la contemplation, la naturalité, les activités secondaires habituellement. Elle a surtout fait naître un profond sentiment et un besoin de liberté, d'oxygène, de grands espaces, et de petits moments simples passés entre amis ou en famille.

Dans ce contexte, les territoires de montagne ont une carte importante à jouer par les valeurs et l'environnement qu'ils proposent.

**Les leviers mobilisables** pour saisir l'opportunité offerte par cette situation et parer cette probable crise économique à venir sont les suivants :

- stimuler la compétitivité et renforcer la résilience : favoriser le développement d'infrastructures et de services de qualité tout au long de la chaîne de valeur du tourisme
- favoriser l'innovation et la numérisation de l'écosystème de tourisme : optimiser l'utilisation des technologies dans l'écosystème touristique, investir dans des compétences numériques
- promouvoir la durabilité et une croissance verte inclusive : devenir un secteur résilient, compétitif, économe en ressources et neutre en carbone
- coordonner les partenariats pour transformer le tourisme : coordonner des alliances plus agiles
- concrétiser la tendance clientèle du « voyager moins pour voyager mieux », en phase avec une sensibilité écologique croissante



## L'Espace Valléen du col de la Madeleine est classé en catégorie 2 :

Les espaces valléens de catégorie 2 sont des territoires touristiques de montagne où la part de l'activité touristique est importante mais cependant moindre que dans le groupe 1.

Ils sont dotés de stations de ski dites « moyennes » (en altitude, nombre de lits, moment de puissance). L'activité touristique est saisonnière (été / hiver), bien que ces territoires travaillent à l'élargissement de ces saisons.

Étant donné leurs caractéristiques, ces Espaces valléens sont particulièrement sensibles au changement climatique et ils se sont orientés à ce stade essentiellement vers la valorisation du sport.

Les espaces valléens de catégorie 2 se caractérisent par les données suivantes :



### Catégorie 2 : Territoires touristiques aux stations de ski dites « moyennes »

- Territoires où l'activité touristique est moins importante que dans le groupe 1
- Particulièrement sensibles au changement climatique
- Essentiellement tournés vers la valorisation du sport
- Le territoire comporte un nombre de lits touristiques important (entre 20 000 et 110 000)
- Le moment de puissance est compris entre 7 000 et 45 000
- La part des emplois touristiques entre 28 et 60%
- Le taux de chômage entre 4 et 10%
- L'âge moyen des remontées mécaniques entre 18 et 25 ans

**VALMOREL**  
1210 - 2401 M

**SAINT-FRANCOIS-LONGCHAMP**  
1394 - 2514 M

#### Caractéristiques principales :

- Moment de puissance : 11 005 personnes\*km/h
- Altitude moyennes des remontées : 1 762m
- Âge moyen du parc de RM : 22 ans

#### Caractéristiques principales :

- Moment de puissance : 6 405 personnes\*km/h
- Altitude moyennes des remontées : 1 904m
- Âge moyen du parc de RM : 18 ans

L'Espace Valléen du col de la Madeleine intègre les paramètres de cette catégorie.

**L'enjeu principal du territoire est de passer d'une logique touristique encore très centrée sur le ski alpin et qui mobilise 95% des investissements à un modèle de développement plus équilibré et plus intégré.**

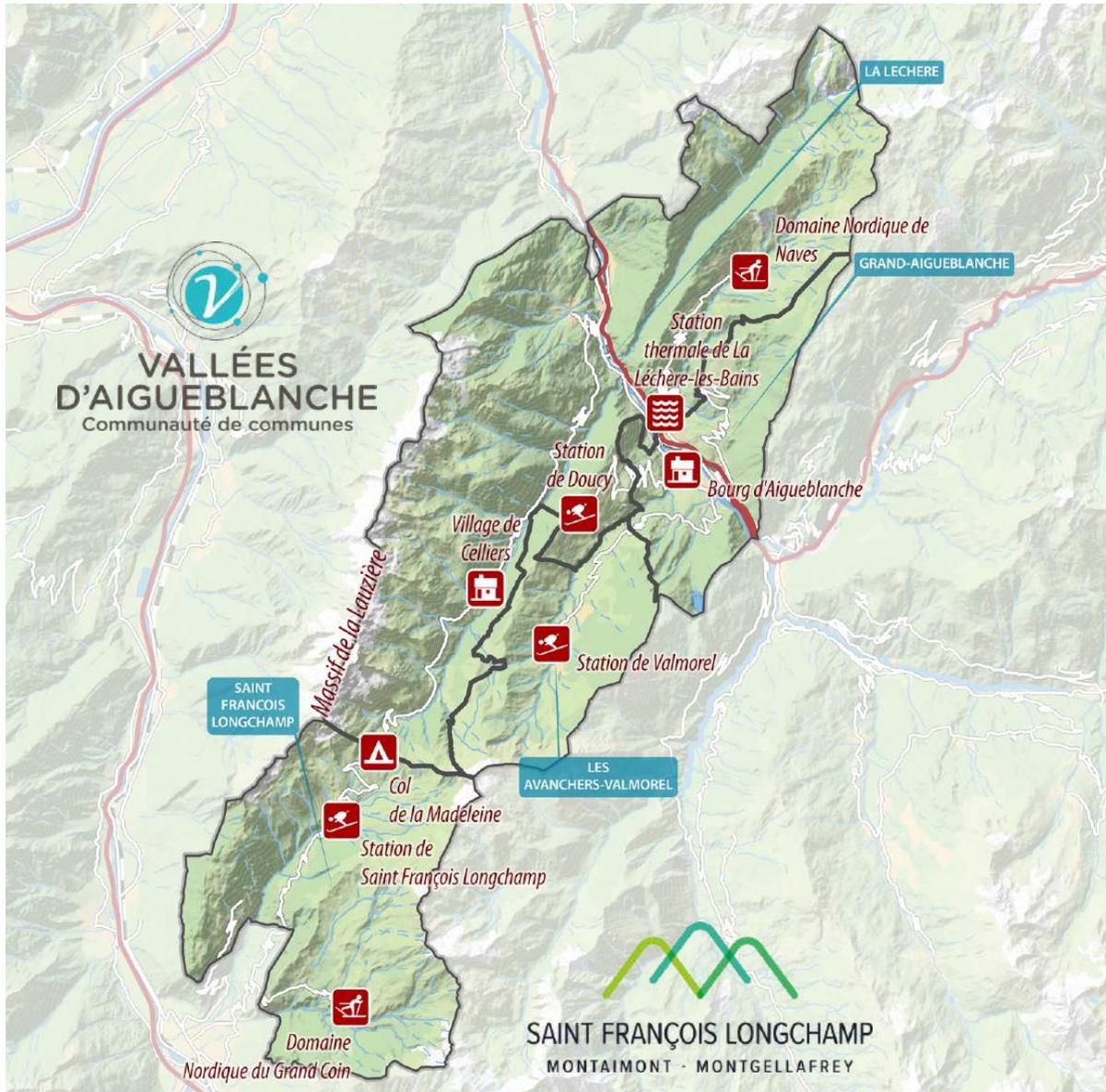




### 3.3 Le renouvellement du périmètre

Le périmètre choisi et validé par les élus du territoire est identique à celui de la précédente programmation.

Il s'appuie sur le territoire "historique" engagé dans la démarche depuis la première génération d'espaces valléens : la Communauté de communes des Vallées d'Aigueblanche. La commune de Saint-François-Longchamp a rejoint la dynamique en 2016 et souhaitait poursuivre pour développer un véritable projet touristique collaboratif avec la CCVA.



Une nouvelle dénomination a été choisie, s'appuyant sur l'élément fort et de notoriété internationale, véritable trait d'union entre les deux territoires et marqueur de cette liaison : L'ESPACE VALLEEN DU COL DE LA MADELEINE.

Ce choix démontre le degré d'intégration supérieur de la commune de SFL dans le projet et la volonté de travailler ensemble des deux destinations, avec même la création d'un logo pour donner encore plus de visibilité au programme.

La cohérence de ce périmètre se justifie dans la mesure où il illustre le rapprochement et les liens entre 2 destinations touristiques propres, avec leur modèle, leur stratégie marketing, mais qui partage bien plus qu'une frontière en commun. D'autre part, les deux entités administratives au cœur de cette collaboration détiennent la compétence tourisme et rendent légitime ce choix.



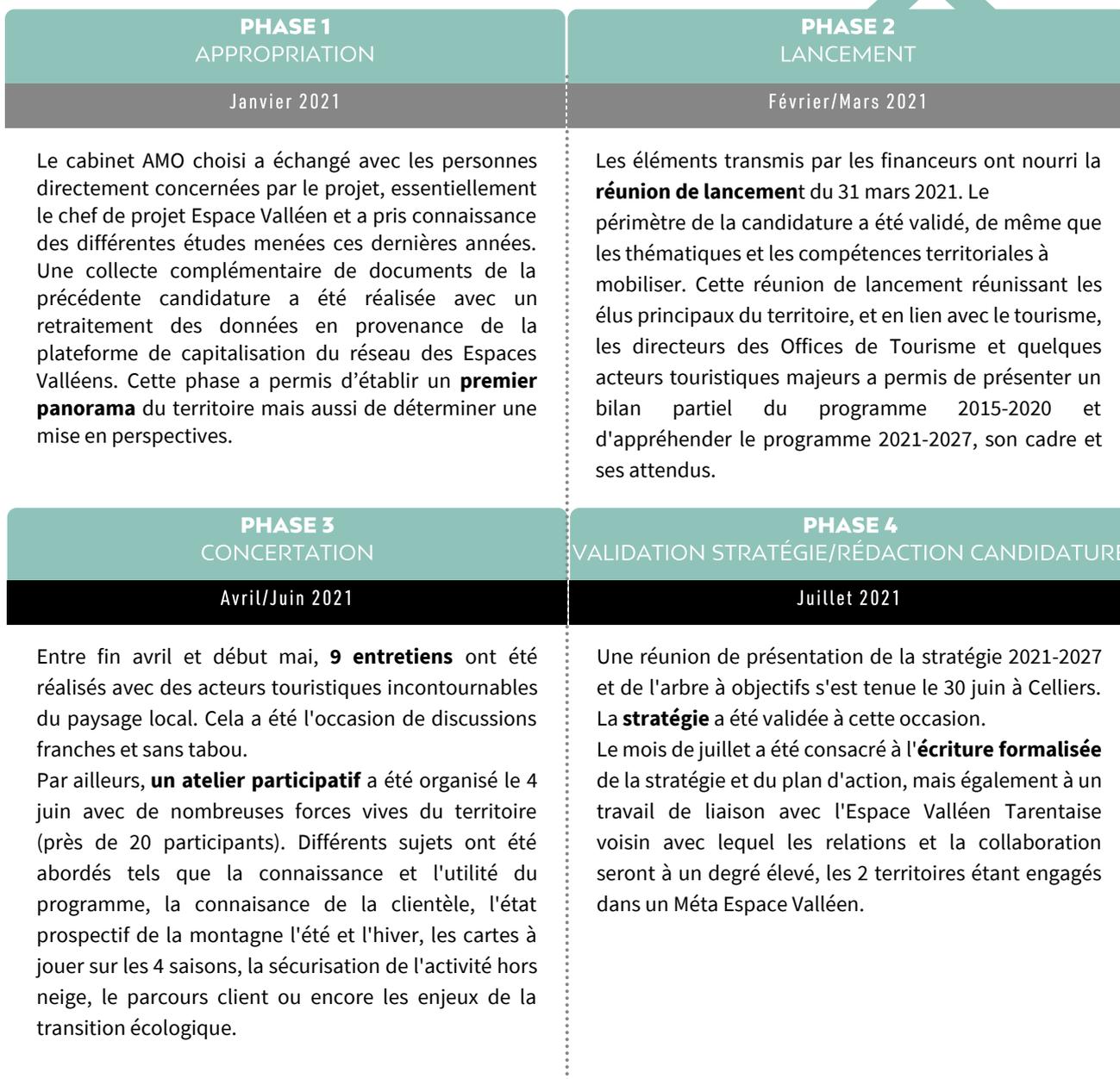


### 3.4 Méthodologie de la construction de la stratégie

Les difficultés économiques et budgétaires imposées par la pandémie de COVID-19 ont entraîné les élus communautaires dans une réflexion approfondie sur la meilleure manière de répondre à l'appel à candidature lancé par le partenariat de massif. Après un temps de concertation avec les élus en charge de l'Espace Valléen Tarentaise-Vanoise, il a été décidé de maintenir une candidature propre mais avec une interrelation forte avec l'EV voisin à travers la création d'un Méta-EV\*.

En janvier 2021, le CCVA, structure porteuse du programme, a décidé de s'attacher d'un Assistant à Maîtrise d'Ouvrage pour l'accompagner à l'élaboration d'une stratégie pluriannuelle de développement intégré de la diversification touristique en toutes saisons. Parallèlement, un courrier du Maire de Saint-François Longchamp du 7 janvier exposait la volonté de la commune de poursuivre la collaboration avec la CCVA et d'élaborer une stratégie commune pour la période 2021-2027.

L'élaboration de la candidature du territoire a été réalisée en plusieurs phases :



\*point développé plus loin



## Exemples de productions lors de l'atelier participatif du 4 juin 2021

salle de jeu realite virtuelle  
hébergement insolite très confort salle de sport  
découverte des activités artisanales réseau de qualité  
jeux de société centre sportif piscine couverte  
culture en ligne aller à st François pour leur centre  
concerts spa salle d'escalade activités recherche dva  
mediathèque centre aqualudique couvert skate park  
structure indoor jeux ludiques veillées  
développer le volet experientiel offre de conférences  
rencontres inter familles proposer des activités ludiques  
skate park indoor

À quoi le programme EV peut-il s'avérer utile ?

valoriser l'entrée de la tarentaise rénover la station thermale  
création de lieu pédagogique pour l'envi  
centre aqualudique de valmorel redynamiser notre station  
accompagner la transition écologique organiser la gouvernance  
connecter les vallées accompagnement des sociaux pros  
cohérence et coopération territoriale  
obtenir des financements agrandir les ailes de saison  
**développer la mobilité douce**  
**mettre en valeur le territoire**  
développer des activités 4 saisons  
valoriser l'industrie proposer de nouvelles activités

Les entretiens ont été réalisés avec les personnes suivantes :

- André POINTET, Président de la CCVA
- Patrick PROVOST, Maire de Saint-François-Longchamp
- Jean-Michel VORGER : Maire des Avanchers-Valmorel
- Daniel COLLOMB : adjoint à la commune de La Léchère et Président de la Société des Eaux Thermales de La Léchère
- Nathalie GUYONNET : élue au tourisme à La Léchère
- Matthieu MAGNIN : directeur de l'OT de Valmorel et des Vallées d'Aigueblanche



Réunion de lancement du 31 mars 2021

- Sylvain GIRARD : directeur de l'OT de Saint-François Longchamp
- Sylvain JUGAND : directeur du bureau montagne Portes de Tarentaise
- Jérôme GROS : chargé de mission au Syndicat Mixte de La Lauzière
- Jacques DELORME : Président de la Maison de la Montagne de Nâves

La phase de consolidation de la stratégie et de construction du plan d'action s'est essentiellement déroulée fin juin/juillet 2021. Ce travail a abouti à la **formalisation des actions détaillées, sous forme d'arbre à objectifs**. L'arbre à objectifs est décliné en axes et actions.



**En parallèle de la démarche de concertation territoriale, l'Espace Valléen du Col de la Madeleine a poursuivi les échanges et la mise en réseau issue de la plateforme de capitalisation. Le rapprochement avec les autres Espaces Valléens s'est fait par proximité géographique dans un premier temps et s'est agrandi au fil du temps. Un programme de visioconférences récurrentes a eu lieu de décembre 2020 à juin 2021\*.**

- **14 décembre 2020** : échanges divers sur les actions communes
- **15 janvier 2021** : échanges divers sur les actions communes
- **01 février 2021** : échanges divers sur les actions communes
- **05 février 2021** : préparation du 22 février avec liste commune de questions pour le séminaire
- **05 mars 2021** : retours du séminaire du 22 février et point d'étape sur la candidature de chacun
- **26 mars 2021** : échanges divers
- **15 avril 2021** : rencontres entre 7 clusters et les Espaces Valléens (présentation de leur structure et de leurs actions)
- **18 mai 2021** : Partage d'information sur les paramètres de candidature notamment sur l'autofinancement et le recours aux clusters et pôles thématiques et nouvelle visioconférence thématique sur les serious games
- **26 mai 2021** : réunion visio APTV/CCVA pour définir le Méta-EV
- **27 mai 2021** : Discussions autour des modalités de communication et de gouvernance ainsi que des actions inter-EV à prioriser
- **14, 17, 29 juin et 26 juillet 2021** : réunion visio APTV/CCVA pour définir le Méta-EV

ESPACES VALLEENS présents lors de ces différentes rencontres :

- Col de la Madeleine
- Tarentaise-Vanoise
- Maurienne-Galibier
- Oisans
- Belledonne
- Pays des Aiguilles d'Arves
- Briançonnais
- Haute-Maurienne Vanoise,
- Luberon
- Nice-Métropole
- Verdon
- Provence Alpes Agglo

CLUSTERS et entreprises rencontrés :

- Outdoor Sports Valley
- Cluster Montagne
- Minalogic
- Cluster Eco bâtiment
- Pôle Excellence Bois
- Communes Forestières
- Tenerrdis
- Activhandi
- Dowino

*\*une réunion inter-EV en visio est d'ores et déjà programmée le 7 septembre 2021*

**Ces échanges réguliers ont été productifs et bénéfiques à nos candidatures respectives puisque plusieurs opérations présentes dans notre plans d'action seront mises en œuvre en collaboration avec d'autres Espaces Valléens.**





### 3.5 L'expérimentation du Méta-Espace Valléen

L'Espace Valléen Tarentaise Vanoise et l'Espace Valléen du Col de la Madeleine composent un Méta Espace Valléen. Historiquement, les deux Espaces Valléens n'ont pas intégré le dispositif à la même période. La Communauté de Communes des Vallées d'Aigueblanche a d'abord intégré le Contrat de Stations Durables en 2010 puis les Espaces Valléens en 2015 en intégrant St Francois Longchamp. L'Espace Valléen Tarentaise Vanoise est né, lui, en 2016. Sur la période 2016 - 2020, les deux territoires de candidatures ont cohabité avec une forme de superposition, la Communauté de communes des Vallées d'Aigueblanche étant intégrée dans l'Espace Valléen Tarentaise Vanoise. Pour la candidature 2021 - 2027, il a été arbitré la fin de cette superposition mais la **conservation de liens et d'interactions** privilégiés entre les deux entités.

#### On parle de Méta-Espace Valléen pour décrire :

- des Espaces Valléens adjacents ;
- travaillant dès le stade de leur candidature à rechercher les axes et champs d'intervention convergents afin d'établir un tronc-commun stratégique partagé

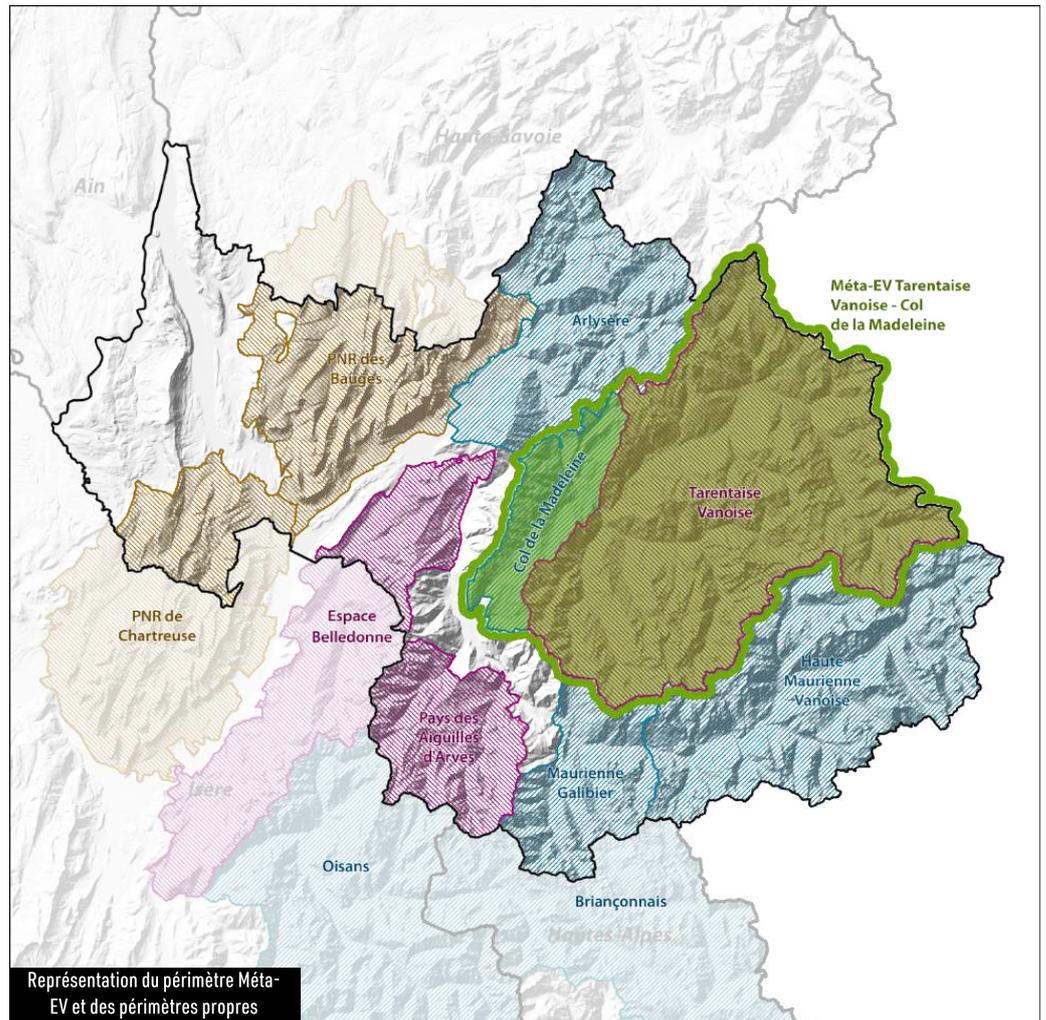
Dans cette configuration, chaque EV représente un territoire de projet/candidature et conserve :

- son périmètre de candidature, de plan d'action et de mise en œuvre du projet.
- sa propre structure de gouvernance pour piloter et mettre en œuvre :
  - les axes/actions du tronc-commun. Le tronc commun visera des actions à une échelle commune, et non aux seules échelles individuelles.
  - les actions spécifiques/singulières à chaque Espace Valléen composant le Meta-EV.



Dans un souci de partage des stratégies et du programme d'actions des deux Espaces Valléens composant le Méta-Espace Valléen, il est prévu d'**associer le binôme élu référent** (ou son représentant)/**chef de projet EV** de l'EV voisin **lors de chaque COPIL qui traitera des actions mises en œuvre conjointement.**

En complément, un **comité de suivi Méta-EV** assurera un suivi/bilan des actions Méta-EV a minima tous les 2 ans.





## Les Espaces Valléens ayant participé à la démarche Inter-EV



## Les CLUSTERS ayant participé à la démarche Inter-EV





### 3.6 Les nouvelles perspectives d'animation du programme

En tant que chef de fil de l'Espace Valléen du Col de la Madeleine 2021-2027, la CCVA va dédier un chef de projet pour le suivi du programme Espace Valléen, la coordination et la mise en place des actions sur l'ensemble du périmètre.

Ce chef de projet est déjà en poste à la CCVA et possède l'expérience des 2 précédentes programmations. Ses missions seront les suivantes :

- Animer et coordonner la mise en œuvre du plan d'actions 2021-2027
- Animer en direct certaines actions (associations, élus, techniciens, citoyens, professionnels du tourisme, socioprofessionnels, ...) et sensibiliser les acteurs aux thèmes du contrat
- Assurer le suivi administratif et financier global du plan d'actions et le suivi administratif et financier détaillé de chaque action
- Suivre les opérations d'aménagement
- Évaluer les actions mises en œuvre et le plan d'actions 2021-2027
- Assurer la permanence du dialogue avec les structures publiques et privées, avec les institutionnels et les acteurs locaux.

Il sera soutenu par les agents thématiques spécialisés de la CCVA : la cheffe de projet immobilier de loisirs/urbanisme/foncier, le responsable du pôle événementiel sportif, et le chargé de mission randonnée/APN.

L'ensemble du personnel cité a la capacité technique et administrative de faire émerger, de structurer et de sélectionner des projets locaux constituant un plan d'actions annuel. En poste depuis plusieurs années, ils savent mobiliser des ressources locales et peuvent assurer la durabilité du plan d'actions.

Le chef de projets et un élu référent, se rendront et participeront aux différentes réunions du réseau des Espaces Valléens. L'Espace Valléen du col de la Madeleine s'engage autant que possible à avoir un représentant de son territoire à chaque réunion du réseau des Espaces Valléens.

Cette animation est indispensable à la mise en œuvre cohérente et durable des actions du Contrat.

Sur la durée du programme, une animation spécifique sera faite pour entretenir la relation avec tous les acteurs (que cela soit des acteurs professionnels ou des habitants), en collaboration avec le chargé de communication de la CCVA et les équipes des offices de tourisme en charge de ces questions.

#### DIFFUSION DES INFORMATIONS

- Éditer un support de communication avec les objectifs de la démarche
- Informer les porteurs de projet sur le parcours à suivre pour déposer un dossier
- "Célébrer" les réalisations
- Communiquer sur les appels à projets successifs et leurs thématiques
- Communiquer sur les autres fonds et subventions connexes
- Diffuser des contenus en provenance des autres Espaces Valléens et les associer



#### OUTILS ET SUPPORTS

- Mettre en place un outil numérique pour communiquer auprès des publics pour couvrir la dimension relative à la gestion de projet (site internet dédié)
- Avoir un panel d'outils qualitatifs autour du programme, des contenus, des appels à projet
- Assurer une diffusion multicanale
- Structurer un plan de communication à part entière



#### PERIODICITE

- Information à prévoir dans tous les bulletins communaux et intercommunaux, une fois par an.
- Prévoir une newsletter une à deux fois par an selon les besoins
- Diffusion continue de l'information via le site Internet dédié et les réseaux pro des offices de tourisme





### 3.7 Le Modèle de gouvernance

La nouveauté sur la programmation 2021-2027 est une gouvernance plus forte, avec l'amélioration du lien avec l'ensemble des parties prenantes (parties présentées précédemment dans le schéma de l'organisation touristique de l'Espace Valléen du col de la Madeleine). Les principes poursuivis sont :

- Partager les enjeux du programme et de la stratégie avec toutes les parties prenantes
- Mettre en place des outils adaptés et qualitatifs
- Mieux mobiliser les acteurs, notamment privés, pour faire émerger des porteurs de projet
- Faire preuve d'une meilleure pédagogie pour rendre lisible le fonctionnement du programme
- Mieux accompagner les porteurs de projet
- Mieux valoriser les réalisations
- Prévoir les coopérations avec les autres Espaces Valléens
- Solliciter les Clusters et prévoir l'adhésion annuelle aux clusters afin d'affirmer la mise en réseau et la création de liens durables.
- Mettre en œuvre les modalités pratiques de fonctionnement de gouvernance ci-dessous

La CCVA étant chef de file de l'Espace Valléen du Col de la Madeleine 2021-2027, il lui appartiendra de :

- Effectuer une présentation du programme au sein de chaque commune au début du programme.
  - Mettre en place un organigramme / trombinoscope des élus et techniciens pour mieux connaître les rattachements aux compétences
  - Mettre en place un espace numérique (Inter-EV) pour avoir la stratégie touristique, les appels à projets, les réalisations
- Intégrer la dimension Inter-EV dans la définition des pistes et du fléchage des actions en amont des débats d'orientation budgétaire, ainsi que lors des COPIL EV

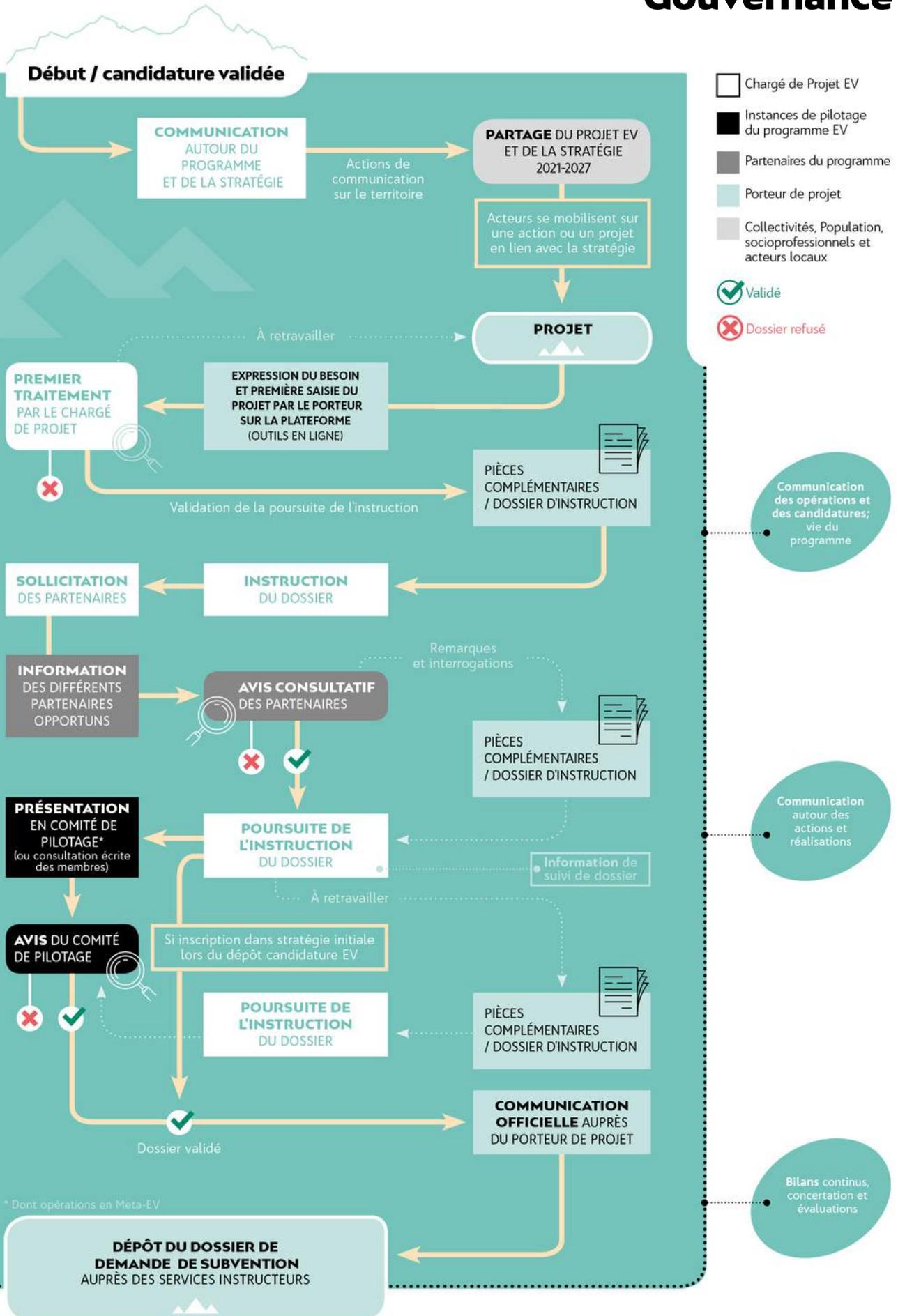
Chaque commune, ainsi que la CCVA, devra désigner un élu officiellement référent ainsi qu'un technicien référent de l'Espace Valléen.

**La volonté est forte pour cette programmation de donner une dimension plus inclusive, notamment en intégrant plus de projets de porteurs privés afin de développer une dynamique territoriale plus forte.**

**La dimension Méta-EV est un paramètre important qui sera entièrement pris en compte dans ce modèle de gouvernance.**



# Schéma de Gouvernance





### 3.8 L'affermissement d'un tissu partenarial plus structuré

Les partenaires sont multiples et leur articulation également.

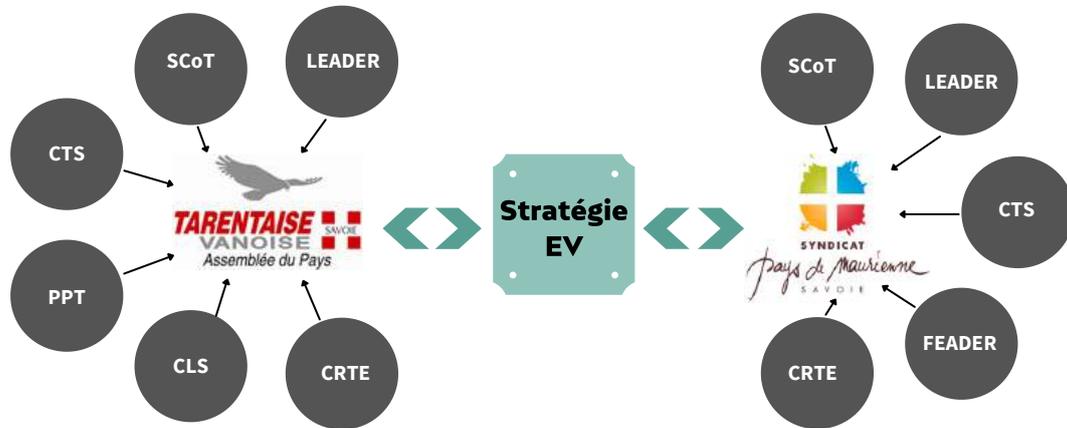
#### Les partenaires privilégiés du Contrat Espace Valléen :

- La Région Auvergne-Rhône-Alpes via le service tourisme
- L'Etat (dans le cadre du FNADT) via l'ANCT
- L'Europe (dans le cadre du FEDER-POIA) via le service instructeur Europe de la Région PACA

Ces partenaires seront présents tout au long du processus « Espace Valléen ».

#### Les partenaires institutionnels et associatifs :

- Conseil Départemental de la Savoie (et AGATE son prestataire)
- Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme
- Offices de Tourisme du territoire
- L'Agence Savoie Mont Blanc
- Chambre d'Agriculture
- l'ADEME
- Fondation FACIM
- Et l'ensemble des partenaires locaux



L'**Assemblée du Pays de Tarentaise-Vanoise** est un partenaire majeur dans la mesure où elle gère de nombreux autres programmes financiers :

- LEADER Tarentaise-Vanoise
- SCoT Tarentaise-Vanoise
- Contrat local de Santé Tarentaise-Vanoise (CLS)
- Contrat Territorial Savoyard Tarentaise-Vanoise (CTS)
- Projet Agrico-Environnemental et Climatique Tarentaise-Vanoise (PAEC)
- Plan Pastoral Territorialisé (PPT)
- Le Contrat de Relance et de Transition Ecologique (CRTE)

La situation est identique pour la relation entre Saint-François Longchamp et son partenaire majeur qu'est le **Syndicat du Pays de Maurienne** pour les programmes suivants :

- LEADER Maurienne
- SCoT du Pays de Maurienne
- FEADER Maurienne
- Contrat Territorial Savoyard Tarentaise-Vanoise (CTS)
- Le Contrat de Relance et de Transition Ecologique (CRTE)

Une attention toute particulière sera accordée à ces programmes puisque des synergies complémentaires existent et peuvent être développées. Des actions passerelles peuvent être trouvées, résultant d'actions en faveur de la mutualisation des moyens, de la bonne gestion territoriale et de la création de liens entre des territoires voisins.

D'autre part, d'autres programmes financiers seront mobilisés pour le déploiement de la stratégie Espace Valléen 2021-2027 comme les **Contrats de Ruralité** (Etat) ou, les **Contrats Ambition Région** (Région AuRA).

La CCVA et la commune de Saint-François Longchamp envisagent le dépôt d'une candidature à l'**AMI "Rénovation des stations de montagne 2021-2026"** lancé par France Tourisme Ingénierie dans le cadre du Plan de Relance, dans le droit fil de leur engagement sur la thématique de l'immobilier de loisirs en montagne.

## 4. La stratégie touristique Espace Valléen du col de la Madeleine



La stratégie Espace Valléen 2021-2027 capitalise sur les enseignements de la programmation 2015-2020 et ses avancées avec l'ambition de franchir un palier supplémentaire dans la diversification touristique, la cohésion territoriale et la coopération des deux destinations VALMOREL et Saint-François Longchamp.

Elle reprend bon nombre des thématiques de la précédente programmation en les adaptant au contexte actuel et dans une perspective de bouleversement économique et climatique.

**Le bilan 2015-2020 et la phase de concertation préalable à l'élaboration de la stratégie ont permis de dégager 5 enjeux qui structurent les objectifs à atteindre à l'issue du programme.**

- Coordonner la connaissance des clientèles et analyser les infos reçues pour un meilleur partage à l'échelle de la destination.
- Valoriser les productions locales et les savoir-faire locaux à travers la structuration de filières courtes.
- Poursuivre la diversification de l'économie touristique locale pour un rééquilibrage des saisons et une moins grande dépendance au ski alpin.
- Améliorer le parcours client sur le territoire pour une expérience de visite plus fluide.
- Élaborer et diffuser une pédagogie concernant la transition écologique et les effets du changement climatique sur le territoire.

**Cette stratégie se veut plus inclusive, fédératrice et porteuse d'un effet levier pour le développement et la diversification du territoire.**

► Les **4 axes stratégiques** qui la composent sont les suivants :

**Un massif en transition**

AXE 1

**LANCER UNE NOUVELLE PHASE DE DIVERSIFICATION POUR ASSEoir LE PROJET TOURISTIQUE "TOUTES SAISONS" DE MANIÈRE DURABLE**

AXE 2

**METTRE EN COHÉRENCE LE PÉRIMÈTRE VALLÉEN DE DESTINATION**

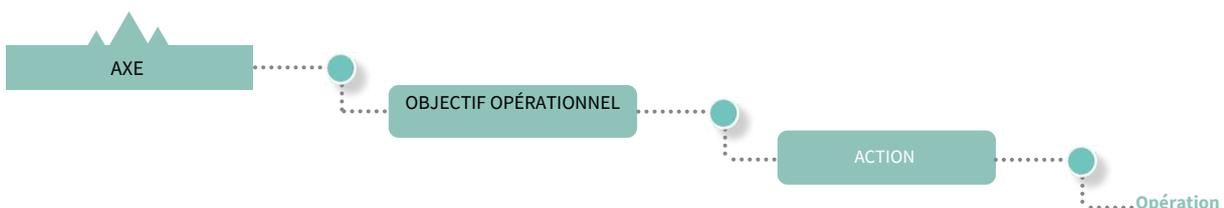
AXE 3

**PRENDRE APPUI SUR LES ATOUTS NATURELS POUR DÉVELOPPER UNE DÉMARCHE ÉCOLOGIQUE ET ÉNERGÉTIQUE PARTAGÉE/VALORISANTE**

AXE 4

**GAGNER EN COHÉRENCE TERRITORIALE VIA UNE GOUVERNANCE TOURISTIQUE MODERNISÉE**

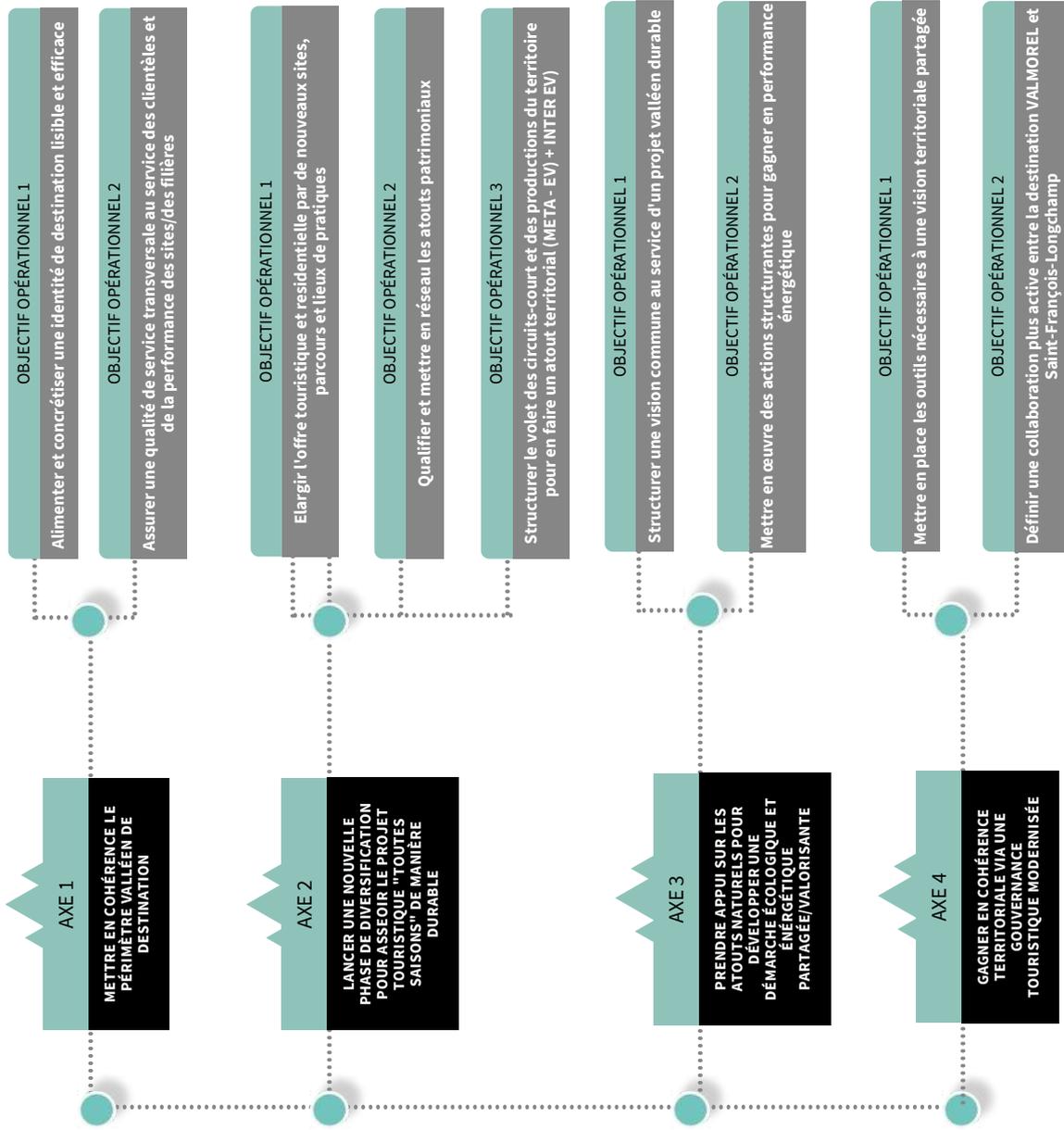
Les axes sont déclinés de la manière suivante :



# Stratégie de l'Espace Valléen du Col de la Madeleine

Un massif en transition

## 4.1 La stratégie réactualisée de l'Espace Valléen du Col de la Madeleine



## AXE 1 :

# Mettre en cohérence le périmètre valléen de la destination

Le périmètre valléen du Col de la Madeleine, avec ses deux destinations, s'inscrit dans un écosystème touristique plus large qui ne s'appuie que très peu sur des éléments identitaires fédérateurs sur lesquels il pourrait capitaliser de manière transversale sur l'ensemble des richesses et des fortes notoriétés existantes.

Suite aux premiers travaux de construction d'une identité de destination lors de la période 2015-2020, à une échelle cohérente, basée sur des valeurs communes, il est désormais nécessaire de partager et communiquer les éléments pour faciliter son appropriation par tous les publics.

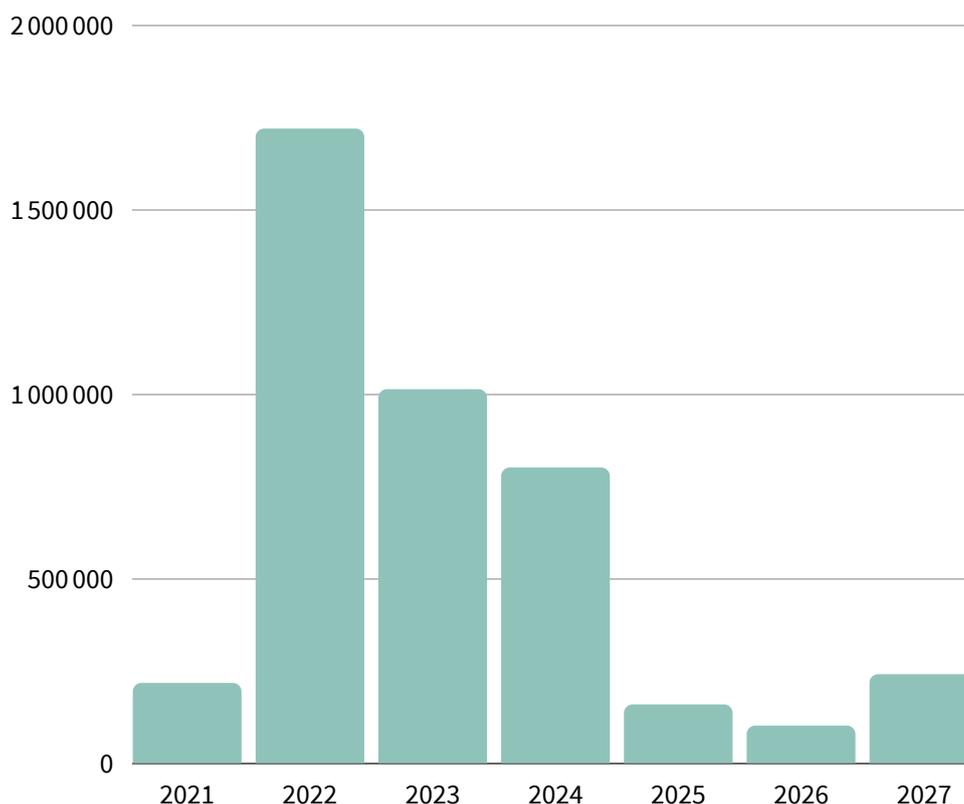
La complémentarité et la diversité des propositions constituent le socle de la démarche marketing de la destination VALMOREL sur laquelle l'ensemble des acteurs touristiques doivent s'appuyer dans leurs actions promotionnelle et commerciales, tout en mettant en avant l'appellation Tarentaise-Vanoise dont le positionnement reste à préciser.

L'objectif poursuivi sera d'alimenter et concrétiser une identité de destination lisible et efficace. Cela passe également par la poursuite de la qualification des pôles identitaires, y compris pour Saint-François-Longchamp engagée dans une démarche marketing propre, et une meilleure valorisation de l'offre touristique existante.

L'objectif poursuivi ici est de proposer une qualité d'accueil et de services élevée et un parcours client fluidifié (accessibilité, qualité paysagère et urbaine, requalification de l'hébergement), afin de garantir la promesse marketing et le développement de l'attractivité du territoire vers de nouveaux publics.

***Nota bene :** Les six fiches actions de cet axe, ainsi que les fiches-opérations, détailleront les conditions de réussite et les points de vigilance à avoir, mais également indiqueront les indicateurs de réalisation, de résultat et d'impact souhaités.*

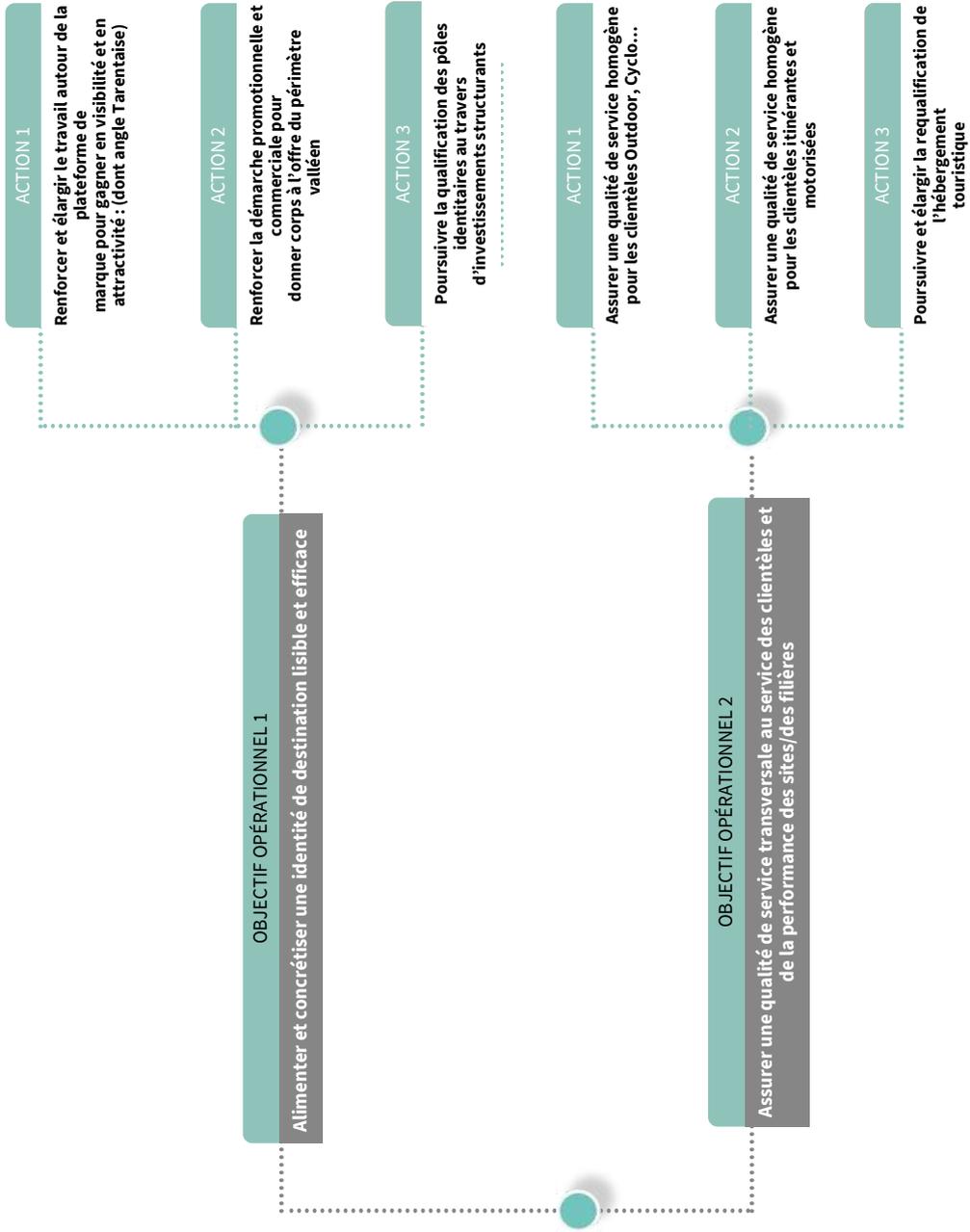
## Ventilation financière de l'Axe 1



# Stratégie Détail de l'Axe 1

AXE 1

METTRE EN COHÉRENCE LE  
PÉRIMÈTRE VALLEEN DE  
DESTINATION



AXE 1 :

## AXE 2 :

# Lancer une nouvelle phase de diversification pour asseoir le projet touristique "toutes saisons" de manière durable

La période 2015-2020 a permis d'accélérer la dynamique de diversification touristique engagée quelques années auparavant. Les deux activités phares du périmètre valléen, le ski alpin l'hiver, et la randonnée pédestre l'été, ont toutes les deux été confortées ces dernières années. Le renouvellement et l'adaptation de cette offre doit se maintenir, tout en poursuivant l'élargissement du panel d'activités pour les visiteurs et les résidents en s'appuyant sur la richesse du patrimoine naturel et culturel local.

L'objectif poursuivi consiste à élargir les saisons touristiques et à diversifier l'offre actuelle par des activités tout public, sportives, culturelles, ludiques, en toute saison et pour se prémunir des aléas climatiques.

La réponse à la demande client sera au cœur du projet de développement de l'Espace Valléen du col de la Madeleine, en particulier sur la dimension soutenable des activités et des propositions.

Le retour à la nature, l'accès aux productions locales et aux filières courtes, enjeux sociétaux clairement exprimés dans les enquêtes client, ainsi que le volet expérientiel guideront le modèle de développement sur la période 2021-2027.

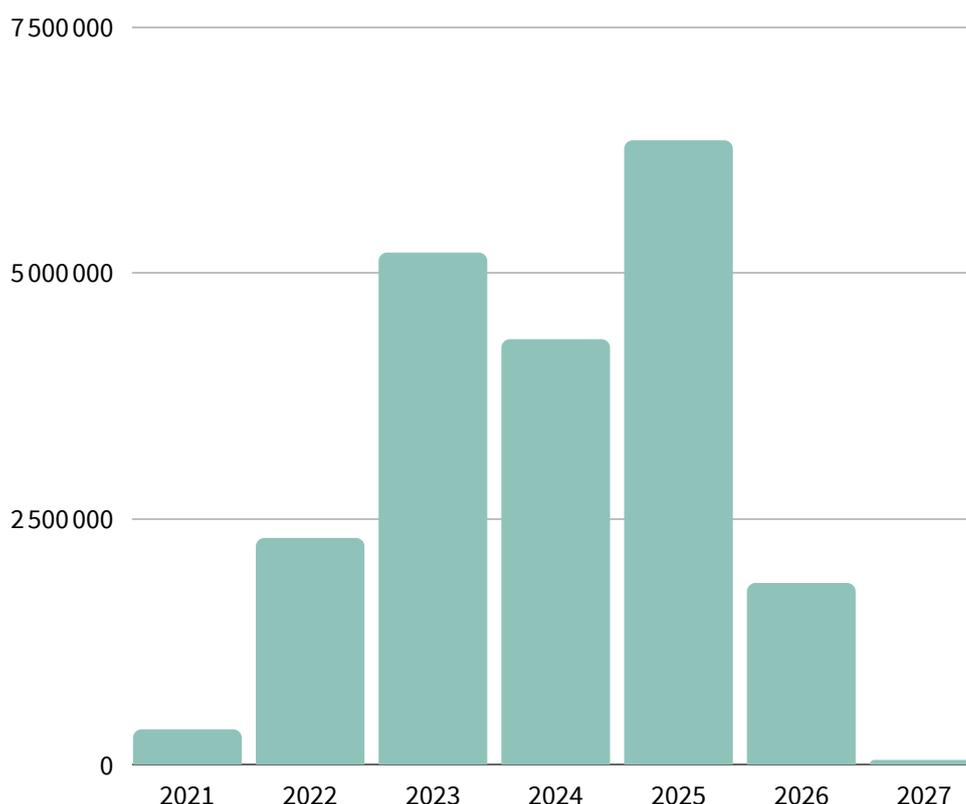
Pour parvenir à répondre à ces attentes, la stratégie s'appuie sur les formidables potentialités offertes par l'environnement montagnard exceptionnel du territoire, avec l'objectif d'ouvrir la dynamique sur les ailes de saison.

La mise en tourisme du volet culturel et patrimonial, assez marginale jusqu'à présent, sera remise au centre du projet de développement en raison de l'enjeu de transmission de l'essence même du territoire qu'elle représente.

L'objectif est de passer d'un modèle d'offres cloisonnées à une logique de mise en réseau plus forte, cohérente, lisible et accessible des acteurs et des sites à l'échelle valléenne.

*Nota bene : Les onze fiches actions de cet axe, ainsi que les fiches-opérations, détailleront les conditions de réussite et les points de vigilance à avoir, mais également indiqueront les indicateurs de réalisation, de résultat et d'impact souhaités.*

## Ventilation financière de l'AXE 2

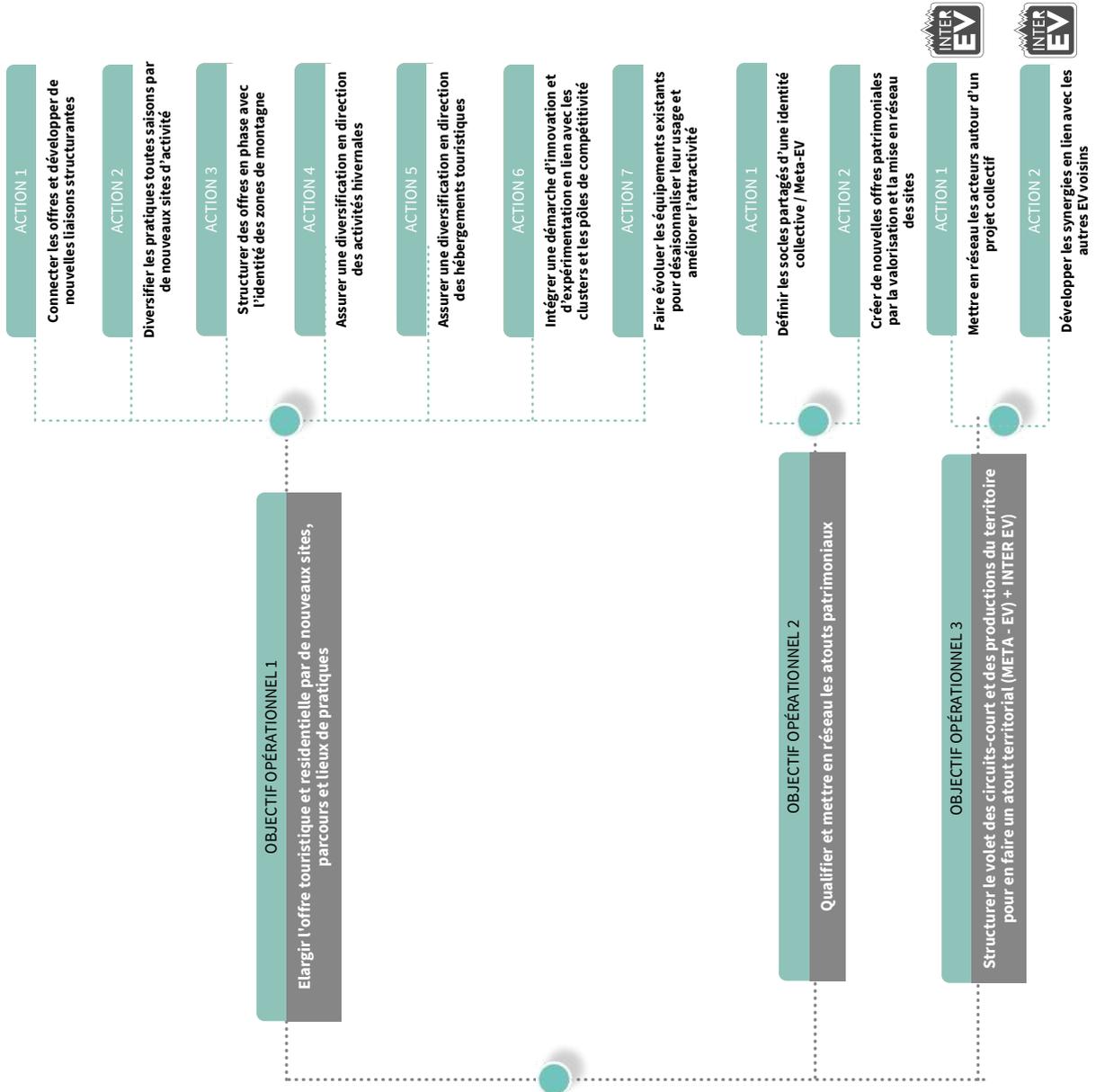


# AXE 2 :

## Stratégie Détail de l'Axe 2

### AXE 2

LANCER UNE NOUVELLE PHASE DE DIVERSIFICATION POUR ASSEoir LE PROJET TOURISTIQUE "TOUTES SAISONS" DE MANIÈRE DURABLE



## AXE 3 :

# Prendre appui sur les atouts naturels pour développer une démarche écologique et énergétique partagée/valorisante

La transition écologique constitue une évolution vers un nouveau modèle de développement économique et social, basé sur la soutenabilité des choix et des actions.

L'Espace Valléen du col de la Madeleine doit s'inscrire dans cette orientation et en saisir les enjeux.

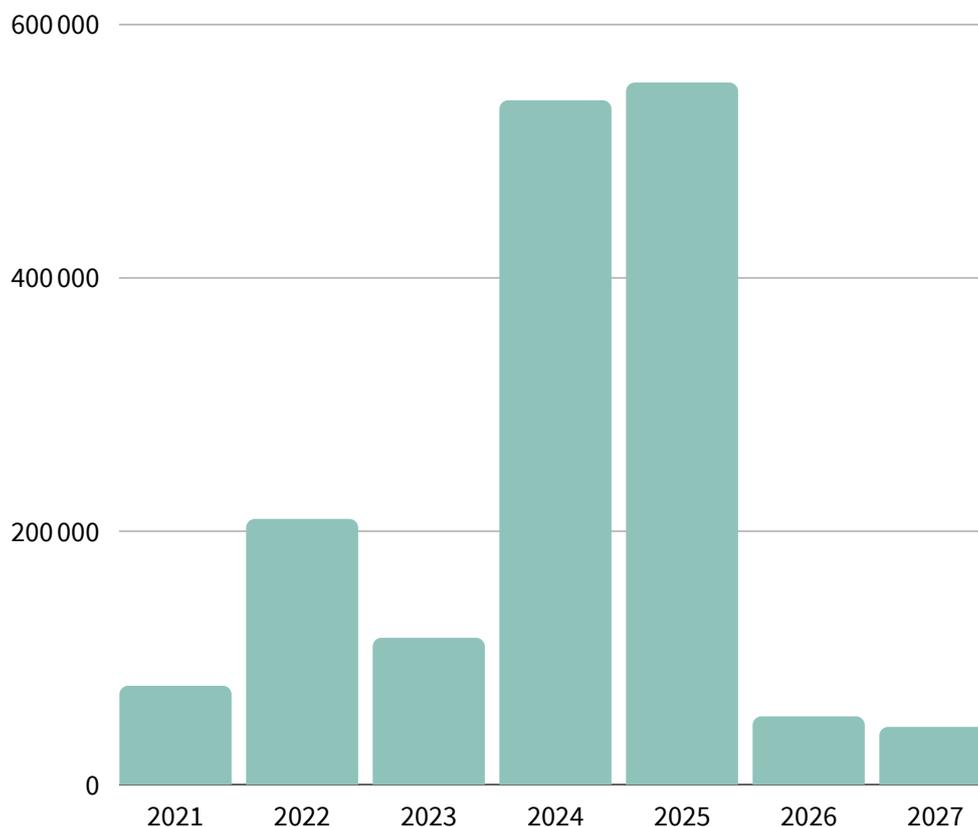
La thématique du changement climatique ou des enjeux énergétiques est présente partout aujourd'hui dans la sphère de la communication (institutionnelle, scientifique, promotionnelle, commerciale, etc.). Cependant, le niveau de connaissance et de compréhension de ces enjeux est très hétérogène dans la population. L'atelier d'alimentation de la stratégie, réalisé dans le cadre de l'élaboration de la candidature, a montré que 75% des participants estiment ne pas avoir assez de connaissances pour définir les orientations à saisir sur le territoire. La pédagogie concernant ces sujets majeurs est par conséquent un enjeu important pour définir le cadre d'intervention de ce programme.

De plus, les richesses naturelles du territoire et les potentiels ou les menaces encore mal appréhendés qui pèsent sur lui, ouvrent des perspectives de développement compatibles avec les enjeux environnementaux.

L'objectif poursuivi ici est de créer une culture commune sur ces enjeux, afin de favoriser l'émergence de conditions optimales pour la mise en œuvre de solutions locales et sur mesure pour le territoire, en faveur de la transition écologique et énergétique.

*Nota bene* : Les cinq fiches actions de cet axe, ainsi que les fiches-opérations, détailleront les conditions de réussite et les points de vigilance à avoir, mais également indiqueront les indicateurs de réalisation, de résultat et d'impact souhaités.

## Ventilation financière de l'AXE 3

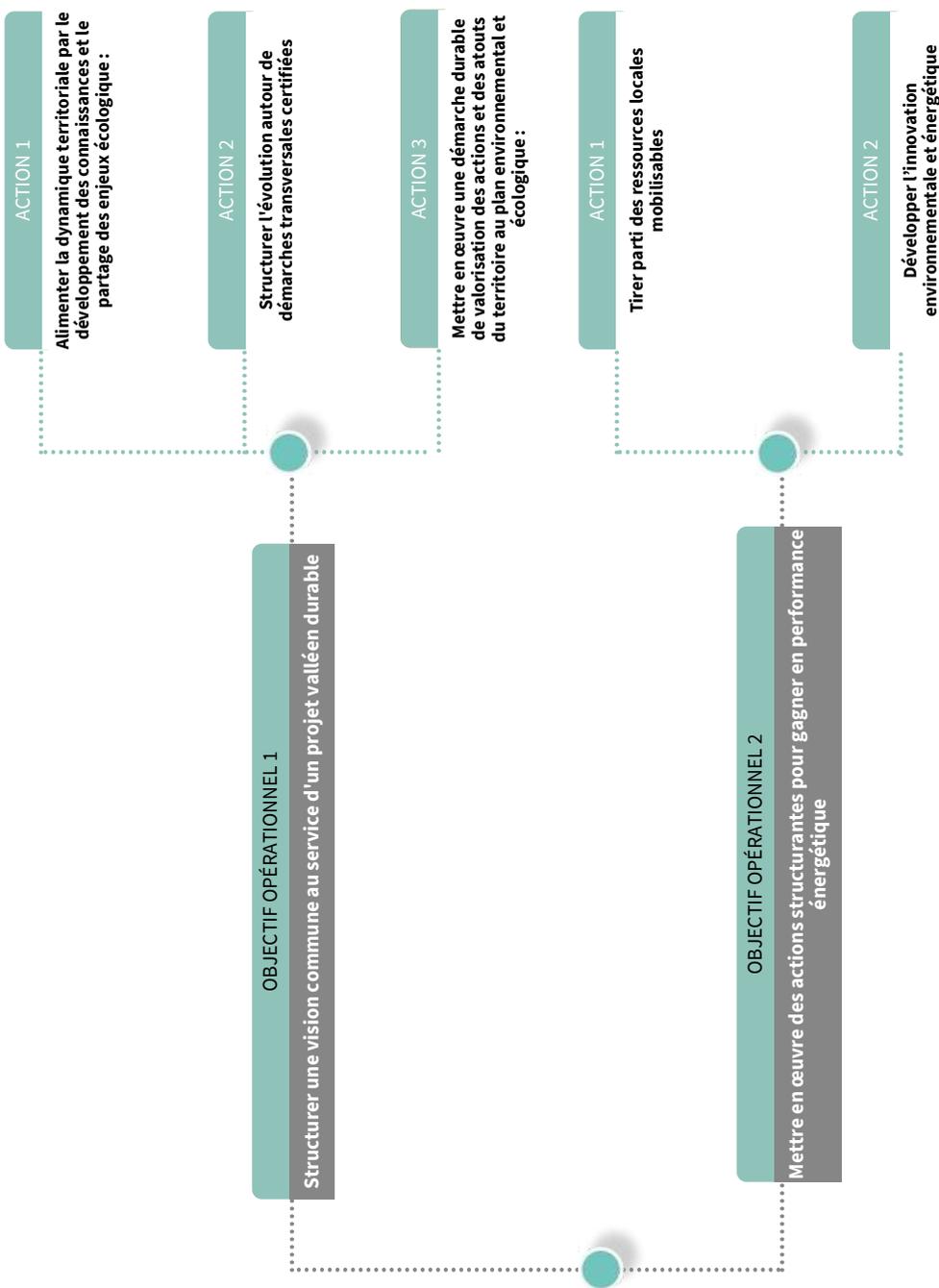


# AXE 3 :

## Stratégie Détail de l'Axe 3

### AXE 3

PRENDRE APPUI SUR LES  
ATOUS NATURELS POUR  
DÉVELOPPER UNE  
DÉMARCHE ÉCOLOGIQUE ET  
ÉNERGÉTIQUE  
PARTAGÉE/VALORISANTE



## AXE 4 :

# Gagner en cohérence territoriale via une gouvernance touristique modernisée

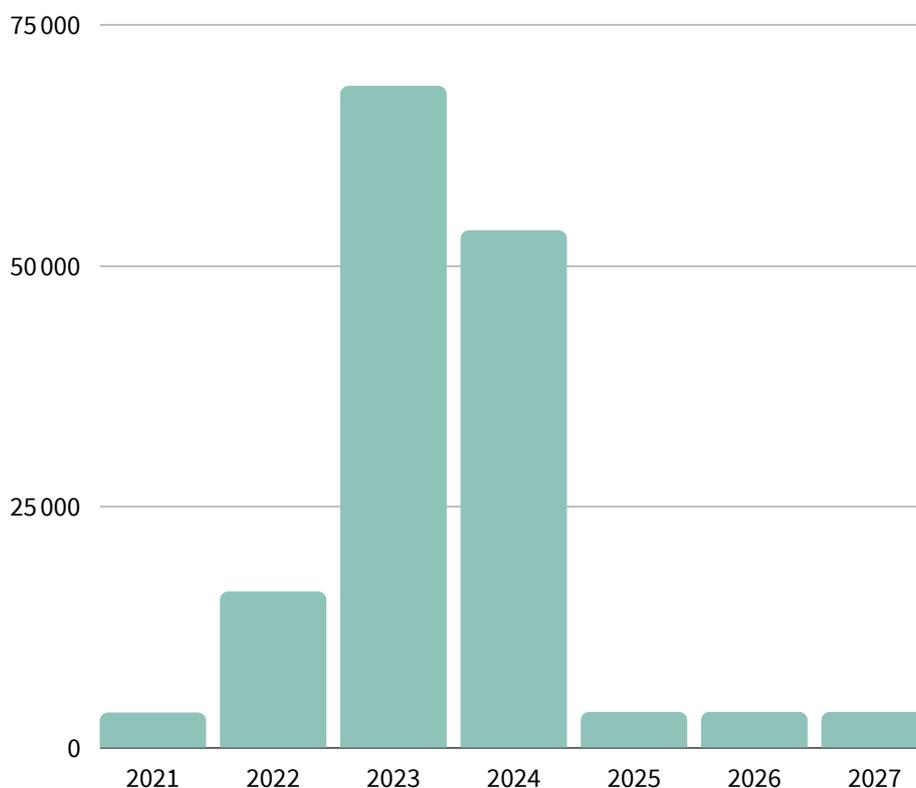
Bien que des progrès aient été observés dans le partage des informations, le travail collectif ou la coopération de projet, les démarches sont généralement isolées et peu structurées.

Le territoire manque cruellement d'outils et de procédures nécessaires à la construction d'une vision partagée. Il y a un besoin important de production de données qualifiées et partagées, et de gestion de la connaissance au service du territoire. Il s'agit d'outils d'aide à la décision indispensables à l'objectivation des attentes à satisfaire pour définir, dimensionner et justifier les investissements. La création de ces outils est nécessaire à la collaboration autour du projet et participe à l'émergence d'une gouvernance modernisée.

Le second volet de la cohérence territoriale concerne la collaboration/coopération entre les deux destinations Saint-François-Longchamp et VALMOREL. Si elle existe déjà sur certains sujets ou opérations ponctuels, la marge de progression reste substantielle. L'objectif poursuivi ici est de renforcer la visibilité et la performance des deux destinations à travers ce rapprochement opérationnel.

L'Espace Valléen du col de la Madeleine prendra alors pleinement son sens si les acteurs et les actions définissent les contours d'un partenariat gagnant-gagnant plus affirmé en s'appuyant sur les éléments fédérateurs forts et iconiques tels que le Col de la Madeleine.

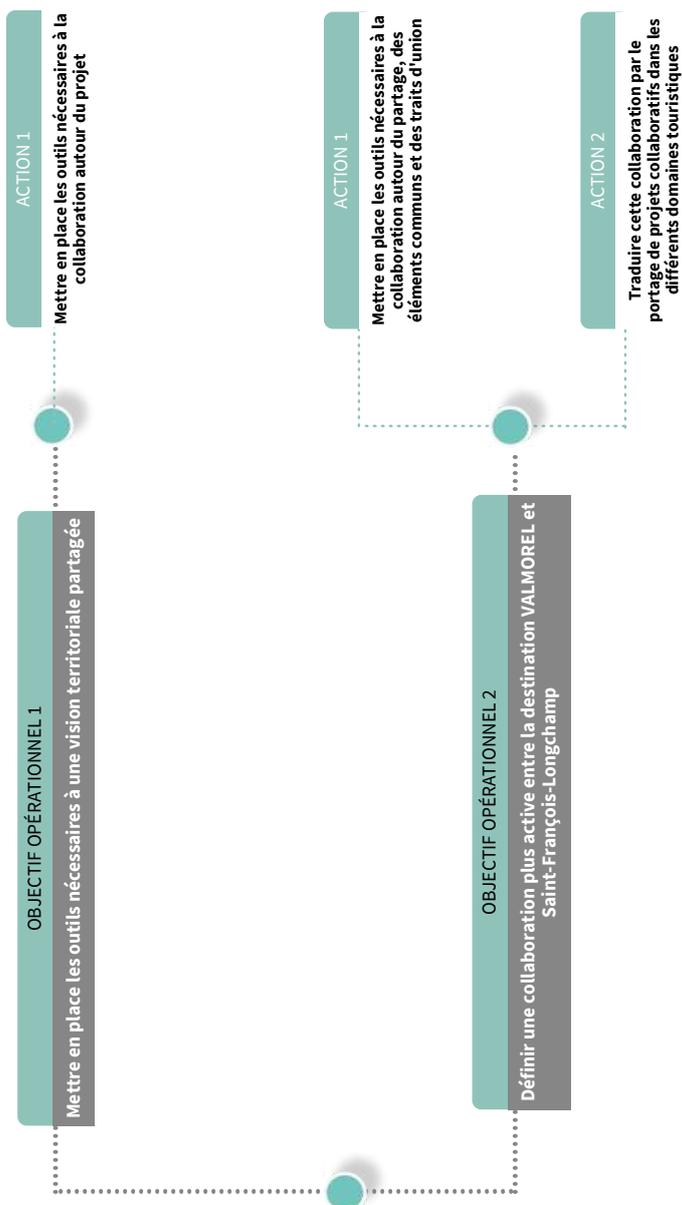
*Nota bene* : Les trois fiches actions de cet axe, ainsi que les fiches-opérations, détailleront les conditions de réussite et les points de vigilance à avoir, mais également indiqueront les indicateurs de réalisation, de résultat et d'impact souhaités.



### 4.2 Le plan d'actions

Le plan d'actions est présenté dans les annexes.

# AXE 4 :



## AXE 4

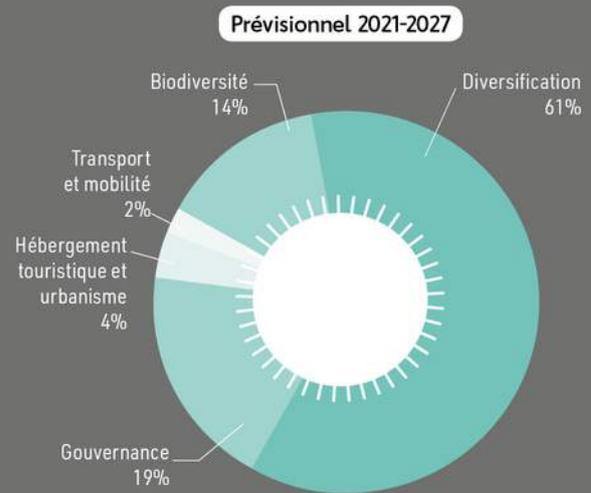
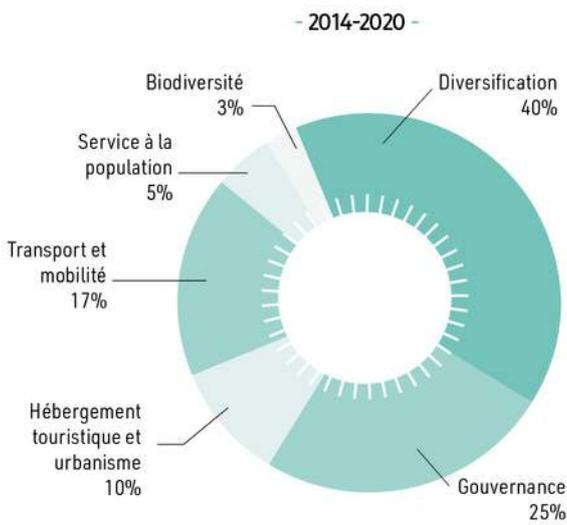
GAGNER EN COHÉRENCE  
TERRITORIALE VIA UNE  
GOUVERNANCE  
TOURISTIQUE MODERNISÉE

### 4.2 Le plan d'actions

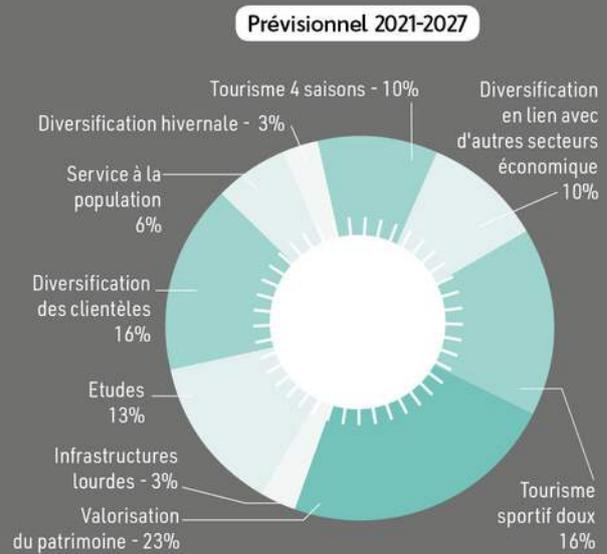
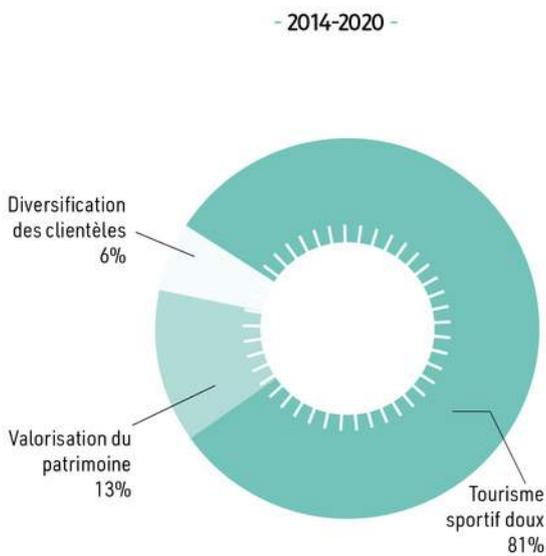
Le plan d'actions est présenté dans les annexes.

### 4.3 La ventilation thématique et financière

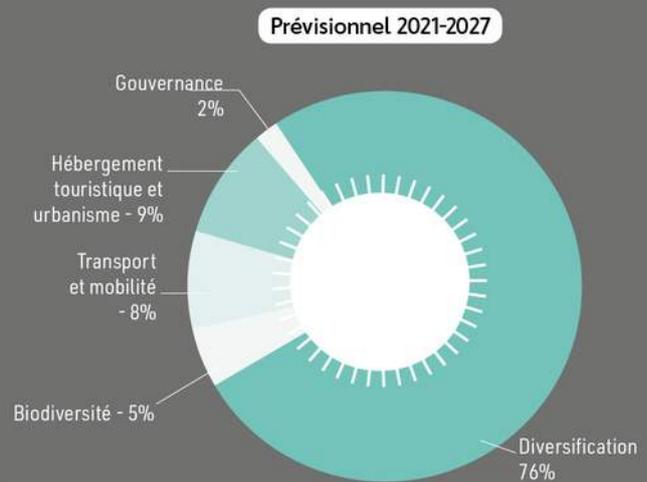
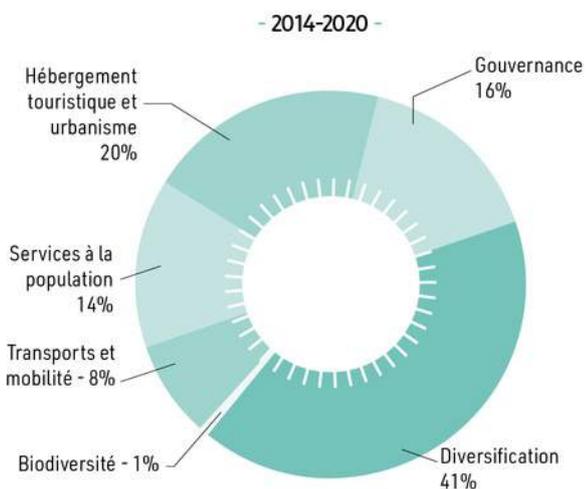
#### VENTILATION PAR THÉMATIQUE DU NOMBRE DE PROJETS ENREGISTRÉ COL DE LA MADELAINE (en nombre d'opérations)



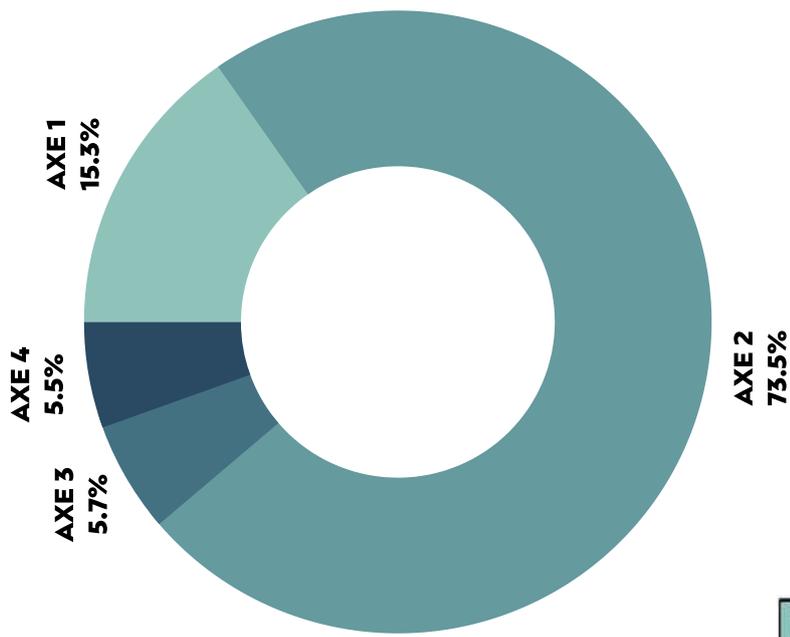
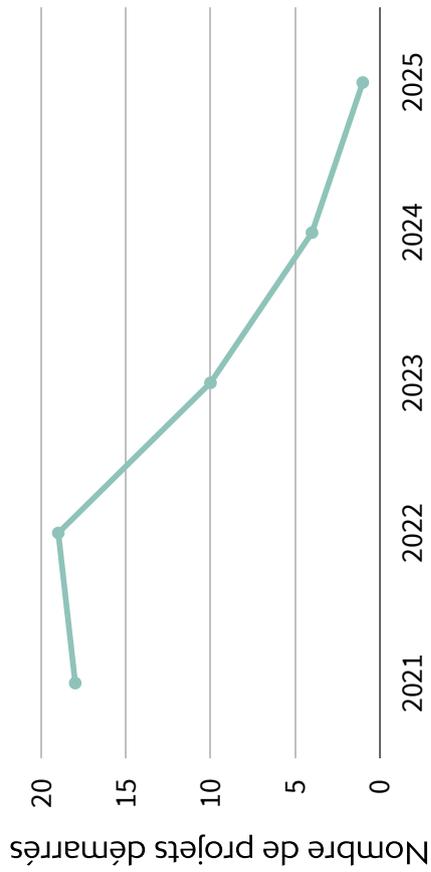
#### RÉPARTITION DES PROJETS PAR TYPE DE DIVERSIFICATION COL DE LA MADELAINE (en nombre d'opérations)



#### VENTILATION FINANCIÈRE PAR THÉMATIQUE DE PROJET (montants en euros) COL DE LA MADELAINE



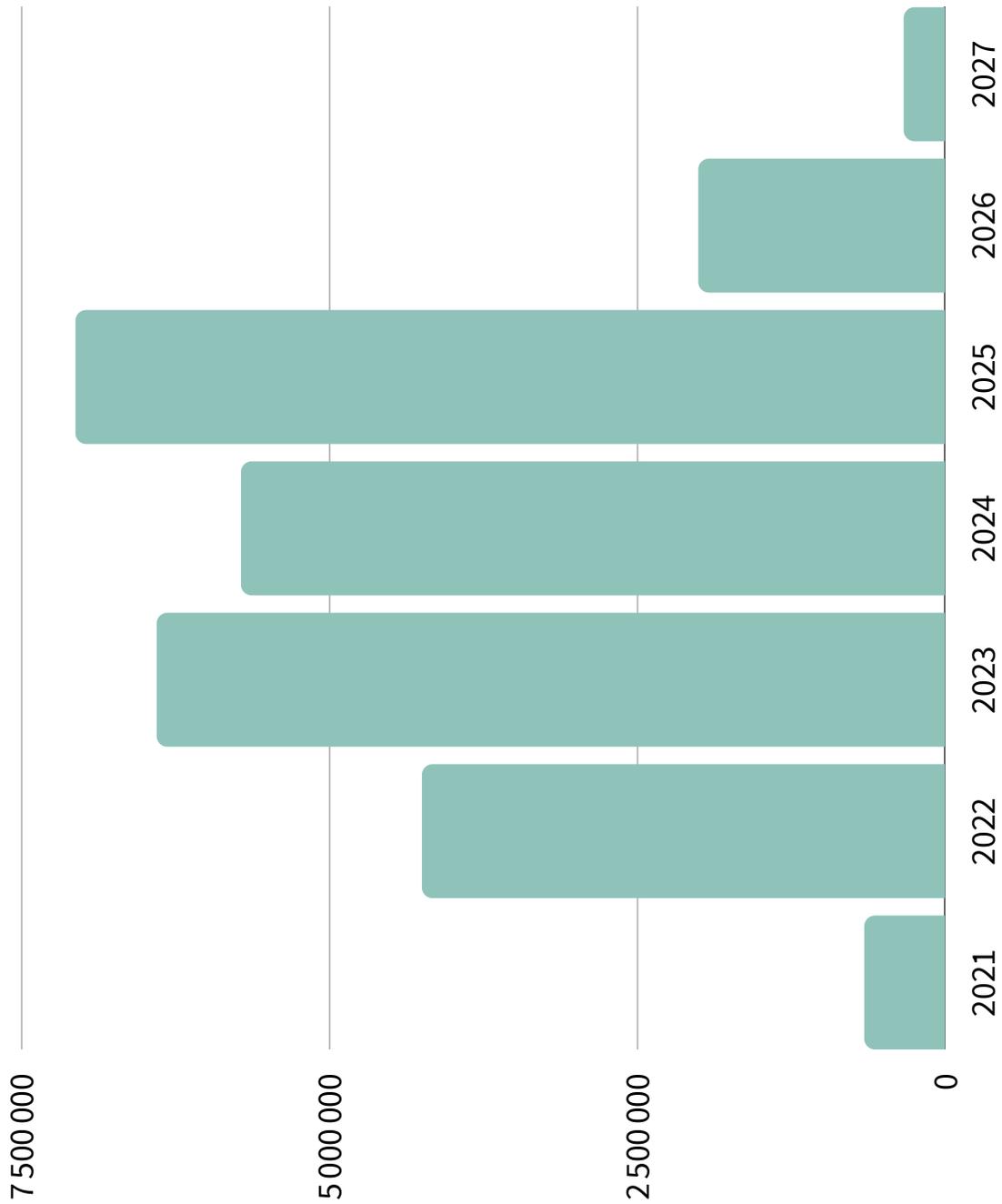
## Démarrage des projets et ventilation financière de la stratégie



Hypothèse 35/65	Volume de subvention à 65%	Auto financement à 35%
26 380 905,00 €	17 147 588 €	9 233 317 €

Hypothèse 20/80	Volume de subvention 80%	Auto financement à 20%
26 380 905,00 €	21 104 724 €	5 276 181 €

# Ventilation financière de la stratégie par année





## 4.4 Le dispositif d'évaluation quantitatif et qualitatif

Comme indiqué précédemment, la stratégie touristique de l'Espace Valléen du Col de la Madeleine est concrète et adaptée aux souhaits des acteurs locaux. La gouvernance est renforcée sur cette programmation et les politiques économiques et touristiques mieux articulées. La participation de l'ensemble des socio-professionnels contribuera au caractère durable de la stratégie.

L'évaluation se réalisera en deux phases :

### Critères d'évaluation de la programmation financière :

- Cette évaluation se fera grâce au document mis à disposition sur la plateforme de capitalisation
- Le document sera actualisé une fois par an grâce au suivi continu des indicateurs et des sources d'analyse de la stratégie et du plan d'action
- Il prendra en compte le nombre d'actions achevées ou non-engagées, la consommation des crédits financiers mis à disposition par les financeurs à la disposition du territoire (ainsi qu'une répartition des sommes par financeur), une ventilation des opérations par thématique et par type de diversification

### Critères d'évaluation de la qualité des projets :

- Cette évaluation prendra en compte l'utilité et la pertinence des actions, la viabilité et la pérennité des actions, la faisabilité l'impact, la valeur ajoutée, la complémentarité de projets et l'intérêt intercommunal et communal
- Le nombre de rendez-vous de suivi et de pilotage
- La présence du chef de projet et la participation au réseau Espaces Valléens

Ce sont ces critères qui ont permis de prioriser les axes et les objectifs opérationnels de la stratégie touristique. Les évaluations font partie d'une procédure indispensable pour mesurer l'avancement du programme dans sa globalité en s'appuyant sur les fondements de la stratégie et des enjeux définis en amont. Le chef de projet aura en charge le suivi administratif du programme et la partie évaluation grâce à la tenue d'un tableau de bord. Ces évaluations seront portées à connaissance lors des Comité de Pilotage. Il s'agira de montrer les impacts, les résultats, les dysfonctionnements, et les moyens mis en œuvre. L'ensemble de ces données permettra d'indiquer l'efficacité des actions.





ESPACE VALLÉEN  
DU COL DE LA MADELEINE

• TARENTEISE - MAURIENNE •

"Nulle montagne  
sans vallée."

Proverbe français

EV  
SA  
PL  
ACE  
S  
NS



AGENCE  
NATIONALE  
DE LA COHÉSION  
DES TERRITOIRES  
Commissariat de massif des Alpes



La Région   
Auvergne-Rhône-Alpes

EN PARTENARIAT AVEC LA RÉGION AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

### Christophe MANSOURI

Chef de projet Espace Valléen

04.79.24.20.04

06.11.85.25.41

christophe.mansouri@ccva-savoie.com