



COMMUNAUTÉ DE COMMUNES Vallée de Chamonix Mont-Blanc

**L'Espace
des Aiguilles Rouges**
Au col des Montets



VALLÉE DE CHAMONIX
MONT-BLANC



Etude d'opportunité et de faisabilité concernant la création
d'un centre d'interprétation au Chalet du Col des Montets

Ville de Chamonix Mont-Blanc, maître d'ouvrage de la mission

Rapport final – Mars 2011



Muriel Gillot
Thierry Fernandez Soler



Sommaire :

1. Analyse de l'existant
2. Positionnement et concept
3. Principes de visite, de médiation et d'aménagement
4. Deux scénarios d'aménagement du site
5. L'économie prévisionnelle du projet
6. Cadrage sur le montage juridique et de gestion

Annexes :

- Annexe 1 : Expression des attentes et besoins
- Annexe 2 : Le contexte touristique
- Annexe 3 : Le pré-programme d'Espace des Aiguilles Rouges : les fiches espaces et sentier
- Annexe 4 : Rappel de quelques préconisations du CAUE74 en 2003
- Annexe 5 : Zoom sur les choix du parc du Mercantour

Introduction

Le chalet du Col des Montets constitue la porte d'entrée de la Réserve Naturelle. Aisément accessible mais ouvert uniquement en période estivale en raison du risque d'avalanche affectant la route départementale qui y mène. Pourtant le chalet connaît une fréquentation de quelques 45 000 visiteurs et représente un site touristique majeur de la vallée Chamonix Mont-Blanc.

Le chalet a une double vocation d'accueil du public et d'animation de la réserve. Près de 35 ans après son ouverture au public le chalet a incontestablement besoin d'un renouveau, d'une modernisation et de perspectives claires de développement dans le cadre des normes d'accueil actuelles et futures qui iront croissant en termes d'exigence.

La Réserve Naturelle des Aiguilles Rouges est un lieu à enjeux forts, de préservation, économiques, éducatifs, sociaux, associatifs,...et le chalet doit aujourd'hui s'adapter à cette ambition et aux évolutions des attentes du public. Le projet actuel porte ce défi de rendre ce lieu exemplaire en matière d'interprétation du patrimoine naturel avec une interaction encore plus forte entre le chalet et la réserve.

C'est le pari de cette mission que de répondre à cet objectif.

Au long de ces 8 mois d'étude, la concertation a été large et riche. Entretiens individuels, visites du site, ateliers de travail et comités de pilotage ont permis d'affiner un projet voulu et attendu par tous, de le rendre crédible et proche des préoccupations des acteurs. Il est aussi à la mesure des moyens mobilisables tout en affirmant une ambition d'accueil et des exigences de qualité tant en termes de contenu, de médiation que d'architecture et d'espaces à proposer aux différents publics visés.



COMMUNAUTÉ DE COMMUNES Vallée de Chamonix Mont-Blanc

L'Espace des Aiguilles Rouges

Au col des Montets



VALLÉE DE CHAMONIX
MONT-BLANC



1. Analyse de l'existant

- Le site du col des Montets
- Le chalet / extérieur
- Le chalet / intérieur
- Le sentier de découverte

A- LE SITE DU COL DES MONTETS

POINTS FORTS

- La notoriété (plus de col et du chalet que de la réserve)
- Trafic de passage
- L'impression immédiate de rentrer dans un paysage différent, comme « enveloppant ». A la fois fort et doux, minéral et végétal, ouvert et fermé, sans sentiment d'écrasement par les sommets.
- De multiples panoramas
- Une incitation implicite à l'arrêt, comme l'aboutissement naturel d'un cheminement
- La situation de col avec deux versants différents, deux histoires, deux communes à forte identité

POINTS FAIBLES

- Le nombre de voitures stationnées, souvent anarchiquement induisant des pollutions visuelles et sonores, en opposition avec l'image d'une nature préservée au cœur de la Réserve
- Le trafic, les conditions de sécurité pour traverser la route
- Stationnement sauvage sur la route côté chalet
- Une proximité immédiate avec le chalet sans âme à partir du parking...pas de sas pour mettre en condition le visiteur
- Un grand déficit de communication
- Pas de signalétique informative marquant l'entrée des visiteurs sur le col des Montets (hormis un panneau routier avec altitude)
- Pas de signalétique informative marquant l'entrée des visiteurs sur l'espace de la Réserve naturelle des Aiguilles rouges
- Idem pour la signalétique directionnelle

Le parking du col des Montets



Un effet visuel « antinature »...l'antithèse du message d'une Réserve Naturelle



Stationnement sauvage

B- LE CHALET / EXTERIEUR

POINTS FORTS

- L'identité montagnarde et l'architecture rustique qui s'intègre naturellement au site : volumes et matériaux
- Un espace devant le chalet pour accueillir le public avec quelques tables et bancs
- Un légendage complet des différents panoramas visibles depuis le chalet et le sentier.



POINTS FAIBLES

- L'architecture s'apparente plus à une habitation privée, un « refuge » qu'à un équipement destiné au public
- L'espace devant le chalet n'est pas suffisamment aménagé et ne donne pas une image de qualité d'accueil.
- Pas de signalétique extérieure signalant la mission du site, à savoir la découverte d'un espace naturel, juste un logo sur la façade.



C-LE CHALET / INTERIEUR

POINTS FORTS

- Une structure à taille humaine avec une image « artisanale » qui s'inscrit dans une légitimité historique
- Une collection d'animaux naturalisés de très bonne qualité, à la fois dans la réalisation et la conservation
- Une médiation humaine bien développée avec des étudiants qui accueillent les visiteurs autour de matériels d'observation



C-LE CHALET / INTERIEUR

POINTS FAIBLES

- Une visite sans véritable magie, sans ambiance scénographiée
- La logique thématique de développement du parcours est difficile à percevoir
- Le chalet ne suscite pas l'envie d'aller découvrir sur le terrain tous les trésors que recèle la Réserve. Il donne plus l'impression de la décrire sans véritablement donner des clefs de découverte et d'observation.
- **Il s'apparente plus à un conservatoire (figé comme les animaux empaillés) qu'à un centre d'interprétation.**
- Il apparaît comme un peu déconnecté de la réalité de la Réserve, comme si le temps s'était arrêté...
- Des outils de médiation obsolètes tant dans leur conception que leur réalisation, notamment pour le graphisme
- Des différents niveaux de discours (grand public/passionnés, adultes/enfants) ne sont pas clairement développés
- Une circulation anarchique des flux
- L'aménagement de la salle de projection ne

permet pas d'apprécier la qualité des films projetés

- Toilettes : à requalifier pour qu'elles ne soient pas qu'un service public déconnecté du chalet
- Buvette : mal disposé dans la configuration générale de visite...une terrasse aux beaux jours paraît indispensable...une articulation fonctionnelle pratique intérieur/extérieur
- La fonction départ de randonnées n'est pas assez affirmée...le chalet, porte d'entrée de la Réserve, doit jouer pleinement ce rôle
- La boutique doit être pensée comme un prolongement naturel du parcours de visite...donc à scénographier dans le même esprit avec un minimum d'espace pour que le visiteur puisse y déambuler un peu de temps



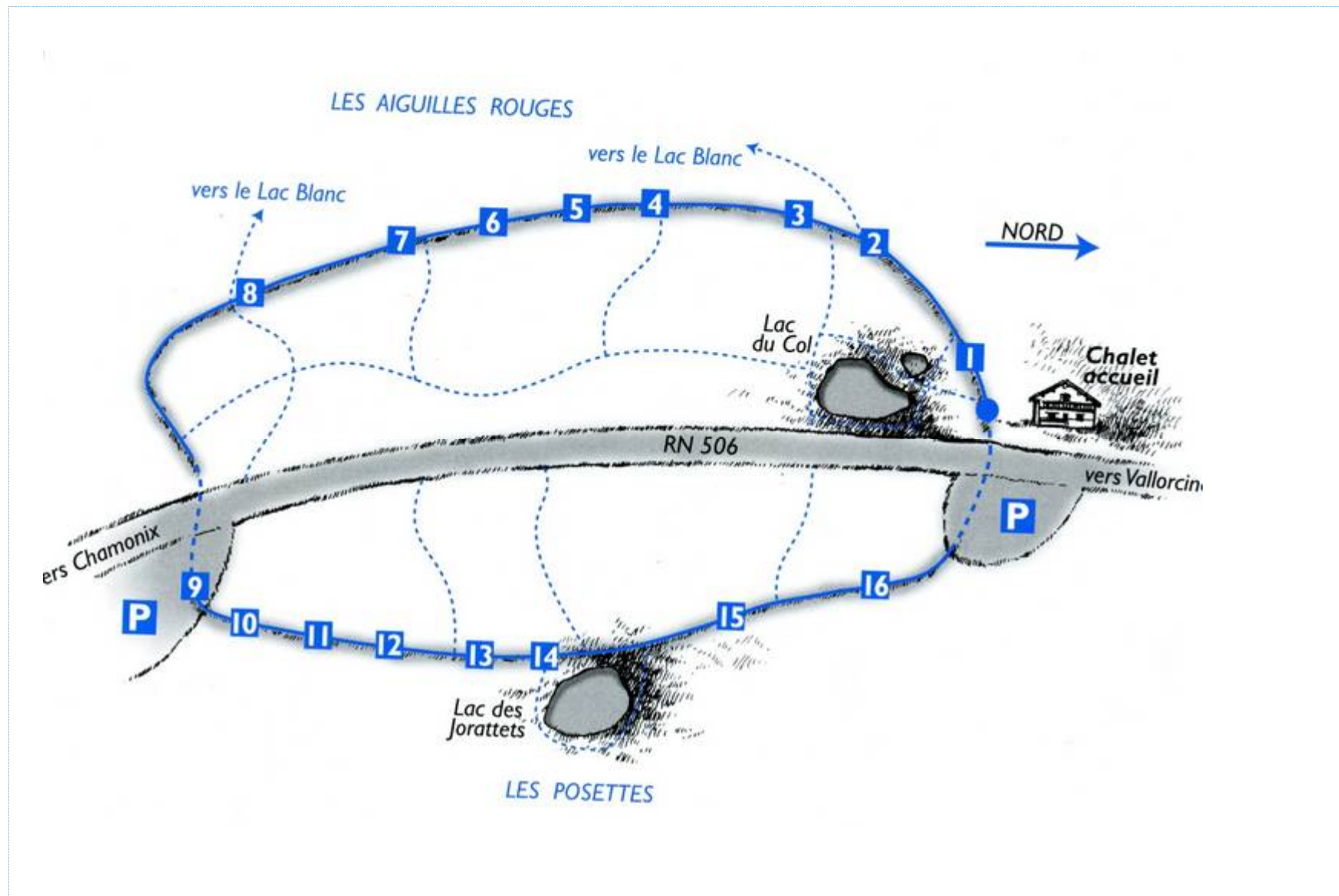
D-LE SENTIER DE DECOUVERTE

POINTS FORTS

- Une promenade agréable dans une nature qui apparaît sauvage et préservée tout en étant domestiquée.
- Une diversité des ambiances naturelles : eau, minéral, végétation touffue, fleurs...
- Des perspectives visuelles spectaculaires en différents points du sentier.
- Une médiation humaine sympathique



Le sentier de découverte en 16 étapes



D-LE SENTIER DE DECOUVERTE

POINTS FAIBLES

- Il est difficile de déterminer quel est l'objectif de ce sentier dans sa conception, étant donné qu'il est présenté différemment selon les supports de médiation :
 - Un sentier botanique pour les visiteurs qui ne disposent pas des outils d'aide à la visite
 - Un sentier botanique et d'éducation à l'environnement pour les visiteurs bénéficiant de la médiation humaine avec les étudiants présents sur le sentier
 - Un sentier présentant les spécificités du col des Montets pour ceux qui disposent de la petite brochure « Le col des Montets un lieu de passage » réalisée par l'équipe pédagogique de la Réserve
 - Un sentier de découverte faune et flore pour ceux qui ont en main le « Guide du sentier de découverte du col des Montets » réalisé par l'ARNAR
 - Un sentier réunissant des micro-biotopes très variés en lien avec les spécificités du col pour les visiteurs les plus motivés qui auront lu dans le « Guide de la Réserve Naturelle des Aiguilles rouges » réalisé par ASTERS, le descriptif concernant le sentier.
 - Aucune de ces présentations du sentier à travers différents outils n'établit de relations entre le sentier et la Réserve qui soient compréhensibles d'emblée pour le grand public
- « Ce que je vois ici, est-ce totalement naturel ou est-ce une sorte de jardin créé par l'homme ? »*
- « Est-ce que je peux le voir aussi dans la Réserve et dans quelles conditions ? »*

D-LE SENTIER DE DECOUVERTE

POINTS FAIBLES (suite)

- Une répartition anarchique des thématiques par borne, certaines bornes revenant plusieurs fois sur la même thématique, par exemple :
 - bornes 3,11 et 12 sur l'aulne
 - bornes 1,2,4,6 sur les lichens
- Une superposition d'outils signalétiques préjudiciable à la qualité de l'information
- Un légendage insuffisant et inadéquat de la flore (notamment pas de prise en compte du cycle des saisons)
- Pas de développement in situ des thématiques qui sont abordées dans les différentes publications présentant le sentier.



Le chalet aujourd'hui

le sous-sol : 317 m²

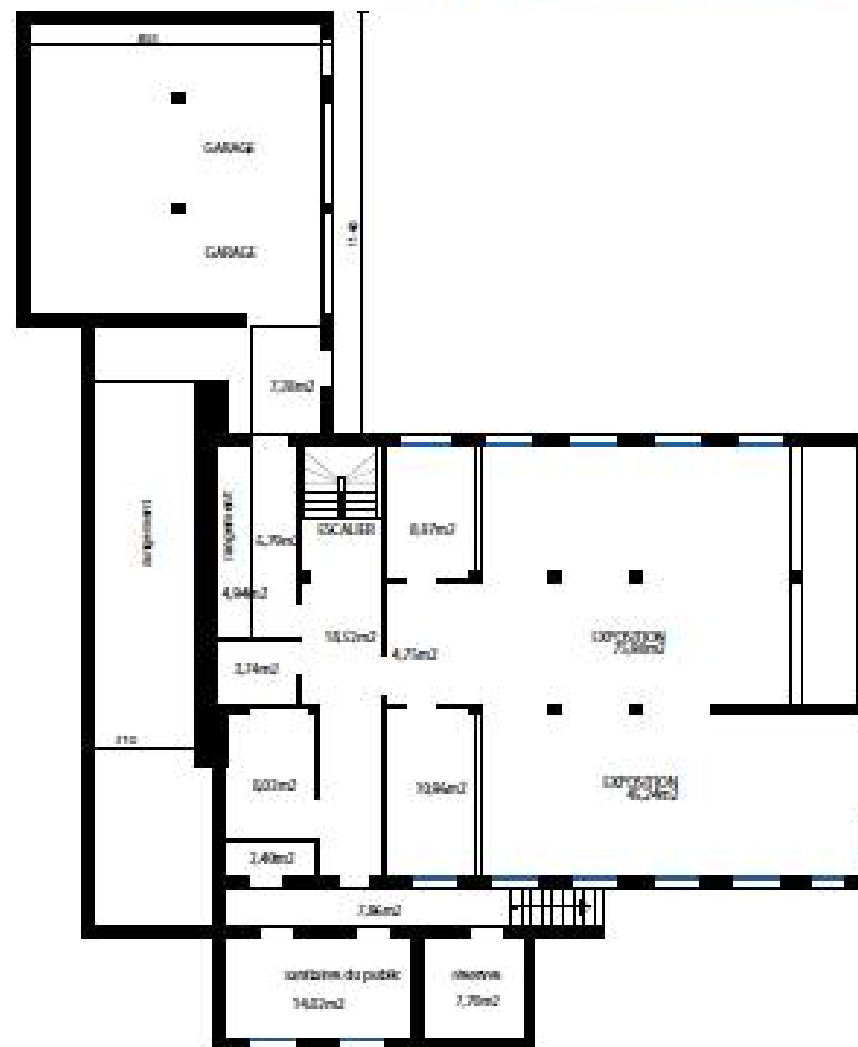


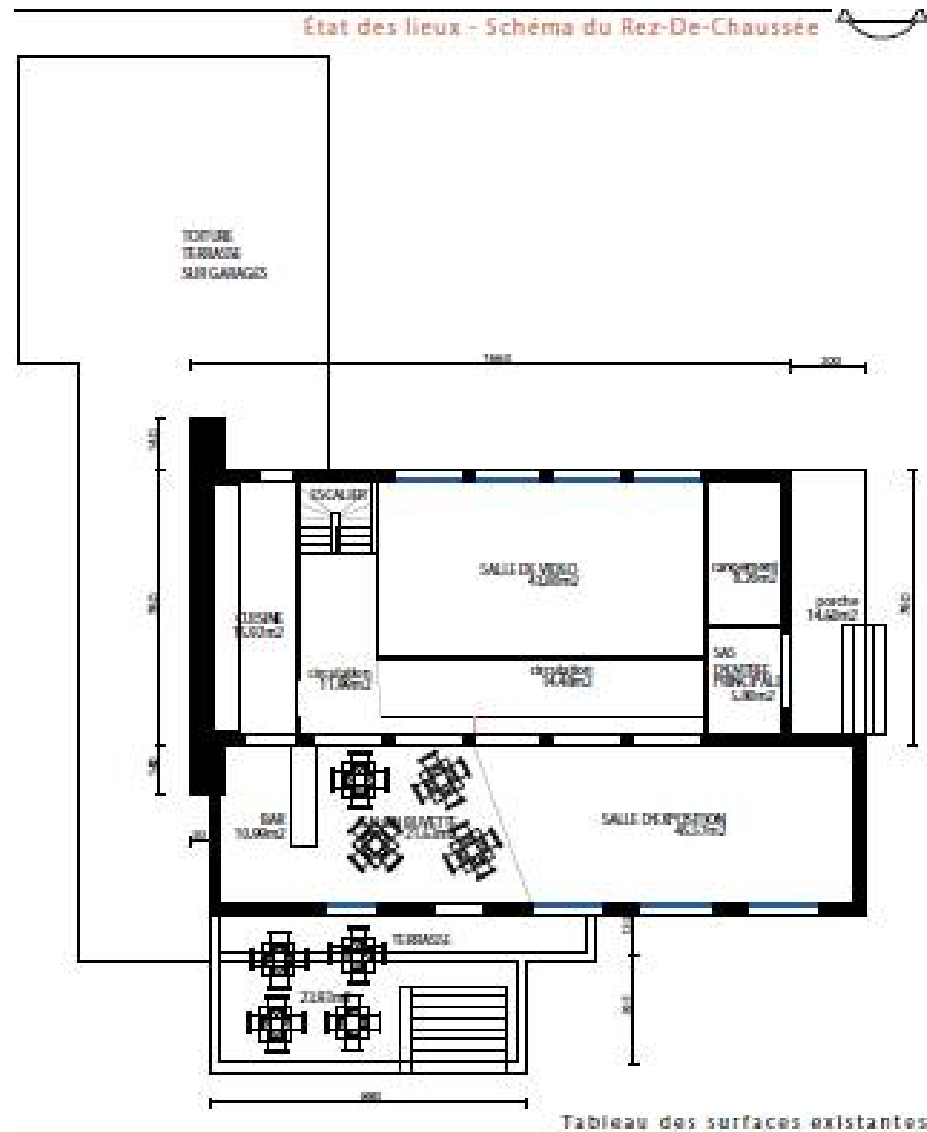
Tableau des surfaces existantes

exposition	121 m ²
salles annexes	37 m ²
rampement	44 m ²
sanitaires	24 m ²
circulation	45 m ²
locaux tech. & garage	36 m ²
surfaces totales du niveau	317 m ²

Plan établi par le CAUE 74

Le chalet aujourd'hui

rez-de-chaussée : 215 m²



exposition & vitée	89 m ²
salon bovetie	22 m ²
cuisine et bar	26 m ²
repasment	8 m ²
circulation	52 m ²
terrasses et porche	38 m ²
surfaces totales du niveau	215 m ² exterieur

Plan établi par le
CAUE 74

Le chalet aujourd'hui

L'étage : 154 m²

Rappel : le programme de réaménagement du chalet présenté par le CAUE a été estimé à 362 K€ ttc

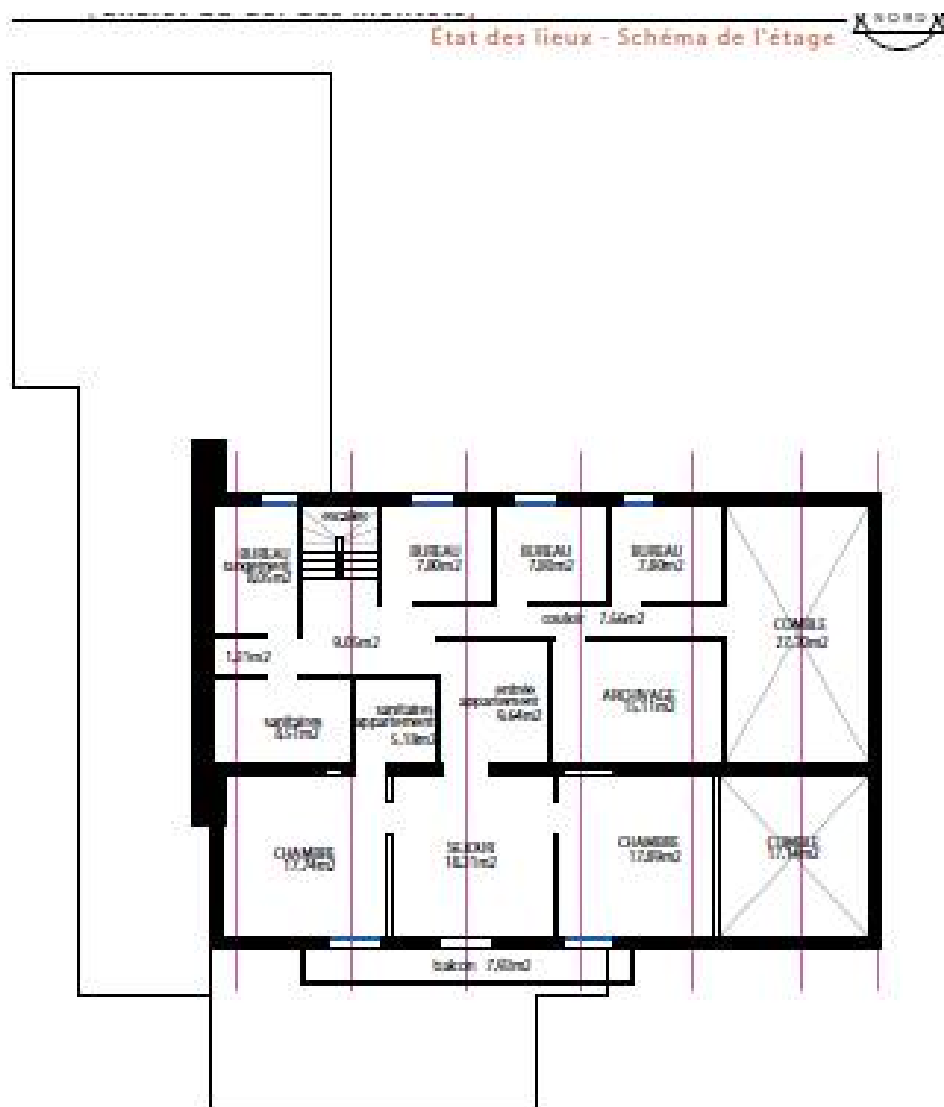


Tableau des surfaces existantes

bureau receveur	31 m ²
salle entrées	1.5 m ²
rangement	1.5 m ²
circulation	16 m ²
sanitaires	8 m ²
appartement privé	69 m ²
surface totale du niveau	154 m ²

Plan établi par le
CAUE 74



COMMUNAUTÉ DE COMMUNES Vallée de Chamonix Mont-Blanc

**L'Espace
des Aiguilles Rouges**
Au col des Montets



VALLÉE DE CHAMONIX
MONT-BLANC



2. Positionnement et concept

Positionnement et concept

FAIRE EXISTER LE SITE COMME PORTE D'ENTREE DE LA RESERVE

- Donner à voir l'existence spatiale tangible et concrète de la Réserve Naturelle des Aiguilles rouges, le Col des Montets étant la porte d'entrée majeure de la Réserve.
- La matérialisation de cette porte d'entrée permettra d'optimiser la sensibilisation du public à la préservation de la nature : « **Ici vous entrez dans un espace extra-ordinaire** »
- Valoriser cette porte d'entrée en réaffirmant la personnalité particulière et légitime du col des Montets comme lieu de passage :
 - . d'une fracture géologique
 - . d'un glacier
 - . des hommes
 - . des animaux
 - . de la neige
 - . de l'eau
 - . du vent
- Par rapport au col des Montets qui est un lieu de passage, le chalet et le sentier proposent de prendre le temps de « s'arrêter » pour découvrir la vie de la Réserve.

► **L'espace de découverte de la Réserve est ici et nulle part ailleurs**

Positionnement et concept

CAPITALISER SUR LA PERSONNALITE NATURELLE DU CHALET ET DU SENTIER POUR EN FAIRE DES SUPPORTS D'INTERPRETATION

- Le chalet et le sentier ont l'avantage d'être « in situ » par rapport à l'objet dont ils parlent (la Réserve et la nature)
 - Il est pertinent de capitaliser sur cet atout pour imaginer des relations nouvelles entre le chalet, le sentier et leur environnement.
 - Découvrir la Réserve c'est **apprendre à mieux regarder autour de soi** – sur le sentier et autour du chalet - à interroger les paysages qui racontent volontiers leur histoire : comment le présent s'est construit dans le passé.
 - La **lecture des paysages** est donc une des clefs majeures d'accès à la découverte de la Réserve.
- **L'objectif étant d'enrichir le regard**

Positionnement et concept

RENFORCER LES LIENS ENTRE LE CHALET, LE SENTIER ET LA RESERVE

- Réinscrire la vie du chalet dans celle de la Réserve permet de redonner au chalet une dynamique nouvelle et contemporaine. La Réserve est en effet un réservoir de vie et d'énergie qui se développe au fil des saisons et des années (évolution des populations, de la flore, de la gestion...).
 - Le chalet et les sentiers deviennent les « points de cristallisation » de la vie de la Réserve pour la rendre visible aux yeux du public.
 - Il est plus facile de sensibiliser le grand public à la protection de quelque chose qui apparaît comme vivant - et donc fragile - que de quelque chose d'abstrait et de figé (animaux naturalisées par exemple).
 - L'objectif est donc de renforcer les liens thématiques entre le sentier, le chalet et la Réserve
 - Le chalet et le sentier doivent être des lieux de vie, en prise avec l'actualité de la Réserve mais aussi de celle de la protection de l'environnement. Ils sont à inscrire dans une dynamique événementielle et ainsi accueillir des expositions temporaires, des festivals, des manifestations diverses liées aux grand rendez-vous nationaux liés à l'environnement et la science...
- Le chalet et les sentiers forment un carnet de route pour partir à la découverte de la Réserve grandeur nature.

Positionnement et concept

DEVELOPPER DES THEMATIQUES LEGITIMES ET DIFFERENTIELLES

- Il convient d'affirmer un positionnement original par rapport aux autres équipements de la Communauté de communes de Chamonix tout en respectant la personnalité du site du col des Montets et de la Réserve des Aiguilles Rouges.
- Des thématiques structurantes : la découverte des paysages, ainsi que celle la faune et de la flore de la Réserve naturelle des Aiguilles rouges
- Des thématiques périphériques venant elles nourrir les thématiques structurantes : géologie, climat, géomorphologie, pédologie, glaciologie, patrimoine culturel.
- Les thématiques périphériques sont des outils d'interprétation et non des fins en soi. (Par exemple, il est intéressant de parler du climat pour évoquer les adaptations développées par certains animaux ; ou de géologie pour expliquer le développement d'une plante.)
- Pour chacune de ces thématiques la phase 2 de l'étude sera l'occasion de placer le curseur de leur mise en valeur.

Positionnement et concept

SUSCITER LA CURIOSITE POUR FAVORISER UNE DECOUVERTE ACTIVE

- La lecture des paysages et la découverte de la faune et de la flore se doit d'être en phase avec les nouvelles attentes des publics et donc ne pas être trop académique mais plutôt user de ressorts ludiques déclinés sur **l'idée de quête, de recherche d'indices**.
- C'est le visiteur lui-même qui construit sa connaissance à partir de **l'observation**. Cette quête a également l'avantage de valoriser celui qui la mène à la différence d'un savoir qui lui serait asséné sous une forme trop scientifique et pédagogique.
- L'utilisation de **médias numériques** correspond à ce nouveau mode de médiation où le visiteur se construit sa propre visite guidée, à son rythme et selon ses envies :
audioguide multimédia, visioguide, PDA avec GPS, MP 3/MP 4, téléchargement sur internet...

Positionnement et concept

UN CONCEPT INTEGRANT DEUX COMPOSANTES : LE CHALET ET LES SENTIERS

- Le chalet et le sentier doivent être pensés comme complémentaires pour au final donner aux visiteurs une « grille » de lecture et de découverte de la Réserve. Mais ils doivent aussi pouvoir être visités indépendamment.
- Un concept de visite doit apparaître clairement pour mobiliser le public et satisfaire sa curiosité : **quelle histoire raconte t'on ?** *Quelle promesse pour les visiteurs ?*



Positionnement et concept

Un nouveau concept de visite :

LA MAISON DE LA RESERVE DES AIGUILLES ROUGES l'Observatoire de la faune et de la flore de la Réserve des Aiguilles Rouges

L'idée est de capitaliser sur cette notion d'observation. L'observation implique une connaissance qui dépasse la découverte « livresque » pour aller sur le terrain et qui induit aussi la possibilité de rester à l'écoute des évolutions du milieu.

Se « mettre à l'écoute » c'est également découvrir ce qui menace le milieu dans son évolution et donc se sentir plus responsable de problèmes dont on mesure l'impact in situ.

La notion d'« observatoire » est intéressante car elle induit une idée d'observation = découverte/connaissance mais aussi l'idée de surveillance, de gestion et/ou d'élaboration et d'évaluation d'actions environnementales (cf. observatoire de l'environnement par exemple).

- Le chalet a donc aussi pour fonction d'être un espace d'actualité témoin des actions de la Réserve aujourd'hui

► **L'observation c'est la connaissance dynamique**

Positionnement et concept

UN NOUVEAU SCENARIO DE VISITE OU LE CHALET ET LES SENTIERS ONT CHACUN LEUR MISSION

Une réorganisation spatiale des thématiques à développer est nécessaire dans le cadre de la création d'un nouveau scénario de visite

Leurs missions d'interprétation respectives :

- Les sentiers : lecture des paysages et découverte des différents milieux de la Réserve notamment à travers sa flore.
- Le chalet : aller à la rencontre des différentes espèces, petites et grandes, qui peuplent la Réserve. Dans la nature elles ne se livrent pas facilement au regard des visiteurs car elles sont rares, farouches ou difficilement observables. Le parcours propose aux visiteurs en quelque sorte de s'approcher virtuellement le plus possible de ces animaux pour les voir vivre et mieux les connaître.

Il n'est bien sûr pas exclu de parler de la faune sur les sentiers dans la mesure où une espèce est en relation avec le milieu concerné. De la même manière dans le chalet, il est important de situer les animaux dans leur écosystème.

Positionnement et concept

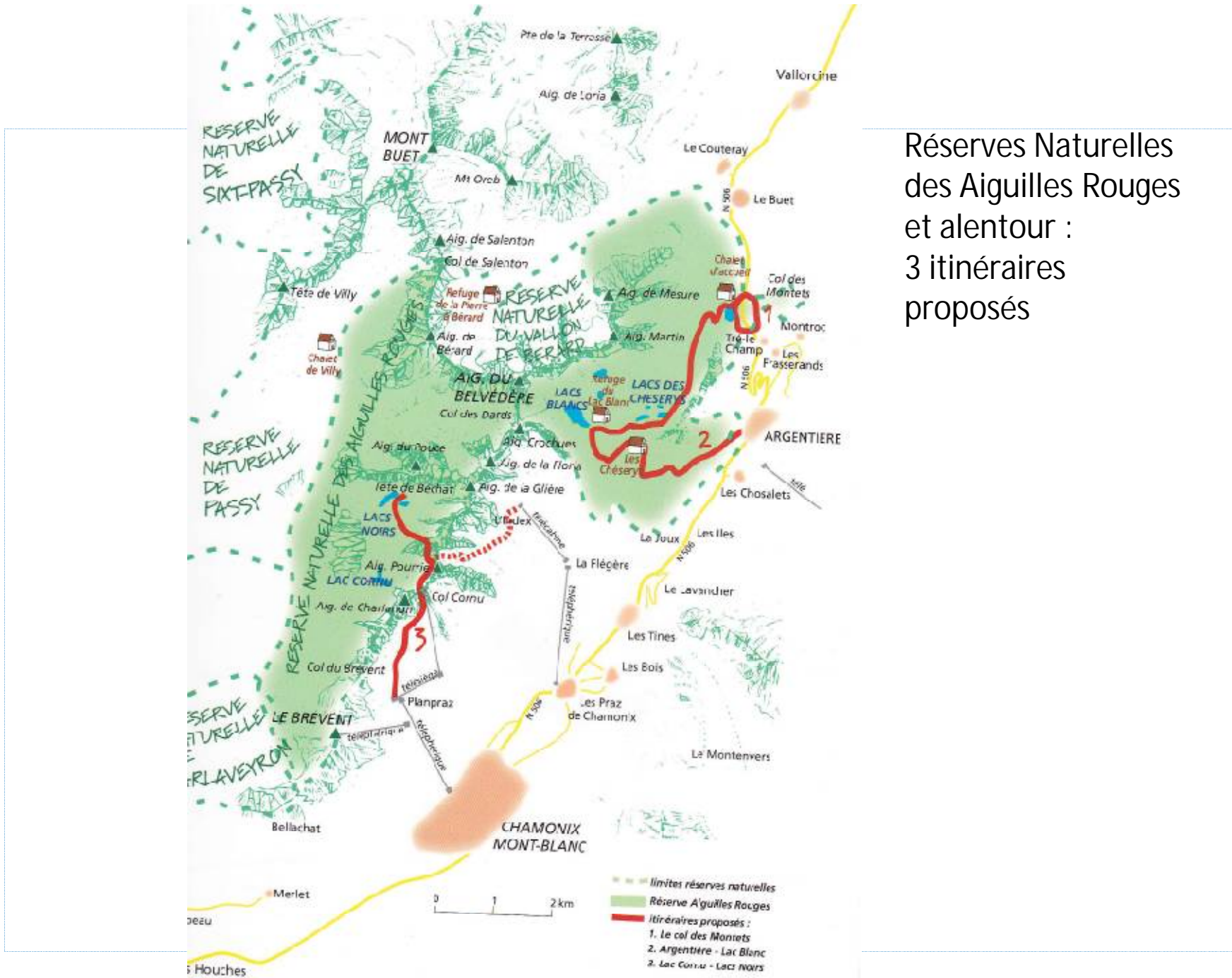
LES SENTIERS NATURE

La découverte des différents milieux de la Réserve dans un nouveau tracé des sentiers incluant entre autres **le futur sentier sur Vallorcine , une boucle plus courte grand public autour du plan d'eau et une boucle courte accessible notamment aux PMR.....d'autres boucles dans la Réserve entre chalet et Lac Blanc sont possibles.**

► Les sentiers sont comme des échantillons de la Réserve.

Les outils de médiation : plusieurs niveaux de lecture

- **des repères graphiques** permettant d'identifier immédiatement chaque milieu traversé
- **des panneaux graphiques** donnant des informations pour comprendre le fonctionnement de chaque milieu
- **un légendage** précis des plantes sélectionnées (nom, feuilles, fleurs, fruits, apparence aux différentes saisons)
- **des stations d'interprétation** sous forme de petits kiosques permettant de mettre l'accent sur une thématique particulière en liaison avec les paysages, par exemple :
 - l'eau aux abords du lac des Jorattets,
 - la formation des paysages dans une station panorama
 - le climat dans une station reprenant le principe d'une station météo mais scénographiéeCes stations proposeraient aux visiteurs des outils ludiques : manipulations, instruments de vision pour lire les paysages...
- **Une visite audioguidée avec géolocalisation** pour ceux qui le souhaitent et qui permettrait d'approfondir les thématiques développées dans les supports graphiques



Positionnement et concept

LE CHALET : UN NOUVEAU PARCOURS DECLINE SUR L'IDEE D'UN TREK ANIMALIER

L'**image du trek** est intéressante car elle permet la découverte d'un milieu en s'impliquant physiquement. C'est une expression plus « communicante » de la randonnée.

Le scénario développé dans le chalet promet une visite aux **parfums d'aventure** : un trek. Il induit une découverte dynamique propre à sensibiliser le grand public, notamment les jeunes.

C'est plus qu'une visite c'est une quête **à la manière des photographes animaliers** qui cherchent à saisir la beauté de la vie animale dans son environnement naturel.

Pour obtenir des scènes naturelles et sans artifices, **un photographe** animalier doit connaître parfaitement son sujet, à la manière d'un naturaliste. Ainsi, pour réussir à photographier une espèce, il est nécessaire de connaître son habitat et ses habitudes (régime alimentaire, périodes de reproduction, migrations...).

Sur le terrain, le **photographe** animalier est un véritable chasseur d'images qui doit savoir repérer les animaux, les approcher et poser un affût.

Positionnement et concept

LE CHALET : UN NOUVEAU PARCOURS DECLINE SUR L'IDEE D'UN TREK ANIMALIER (suite)

Le chalet devient symboliquement **une sorte d'affût** qui propose aux visiteurs de découvrir les animaux un peu comme un photographe animalier : au fil du parcours ils rassemblent des indices/informations sur les animaux qui leur permettront de mieux les connaître et les observer, dans le chalet mais aussi plus tard lors de randonnées dans la Réserve.

L'itinéraire de ce trek se développera dans le parcours de visite du chalet **sur le principe de l'étagement de la faune et de la flore** qui caractérise la Réserve avec des biotopes qui s'étagent entre 1200 et 2965 m d'altitude.

Positionnement et concept

UNE SCENOGRAPHIE IMMERSIVE

Dès l'extérieur :

- Imaginer un habillage graphique du bâtiment pour le rendre communicant tout en respectant l'environnement naturel.
- Concevoir l'espace devant le chalet comme un « pré-show » convivial et un espace de distribution des visiteurs vers les différents pôles de la visite : sentiers de découverte, espaces d'exposition, visite de la Réserve...

En intérieur :

- Ne pas chercher à « imiter » la nature, une reconstitution ne sera jamais de taille à rivaliser avec la nature, surtout quand elle est si proche spatialement
- Plutôt mettre en scène la nature pour en faire un spectacle, en jouant sur l'esthétique et l'émotion : ambiances sonores, projections, sollicitation des 5 sens...
- La mise en place de différents niveaux de lecture
- Des outils de médiation ludiques, interactifs déclinés sur l'idée de l'observation, de la quête d'indices : les visiteurs sont les acteurs de leur découverte.

Positionnement et concept

LES ACTIONS EVENEMENTIELLES

- La création d'un Festival de land-art qui se déploierait sur les sentiers aux alentours du chalet et éventuellement dans l'ensemble de la Réserve.

Le Land Art est une tendance de l'art contemporain, utilisant le cadre et les matériaux de la nature (eau, bois, terre, pierres, sable, rocher, etc.). Le plus souvent, les œuvres sont à l'extérieur, exposées aux éléments, et soumises à l'érosion naturelle. Certaines sont pérennes et d'autres disparaissent.

- Un festival du film et/ou de la photo animalière (+ concours grand public de la photo faune et flore)

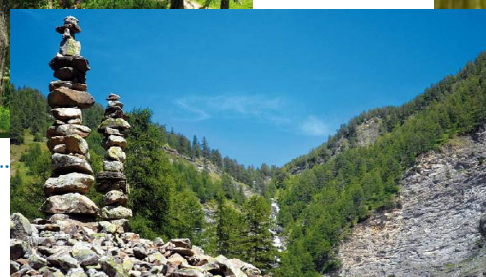
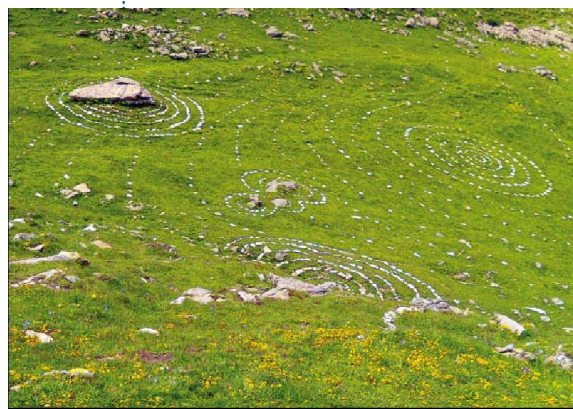
- En montagne, les grands espaces vierges se prêtent à ce type d'interventions artistiques qui rencontrent un grand succès de fréquentation et de médiatisation, par exemple :

- Festival « Horizons » Massif du Sancy (11 artistes, 11 communes, 200.000 visiteurs)
- Festival Grandeur Nature dans le Queyras
- Festival « Le parcours des fées » dans les Hautes-Alpes (30 artistes, 40 œuvres, 20.000 visiteurs)

Positionnement et concept

LES ACTIONS EVENEMENTIELLES

Le Land-art incite les visiteurs à poser un nouveau regard sur la nature qui les environne, cette nature prend de la valeur en devenant sujet et objet de l'art.





COMMUNAUTÉ DE COMMUNES Vallée de Chamonix Mont-Blanc

**L'Espace
des Aiguilles Rouges**
Au col des Montets



VALLÉE DE CHAMONIX
MONT-BLANC



3. Principes de visite, de médiation et d'aménagement

LE COL DES MONTETS :

MATERIALISER L'IDEE DU COL DES MONTETS COMME PORTE D'ENTREE DANS LA RESERVE DES AIGUILLES ROUGES

-« Ici vous entrez dans un espace extra-ordinaire »

-Sur la route dans les deux directions (Vallorcine et Chamonix)

2 mâts de chaque côté de la route avec chacun un oriflamme : l'un avec le logo de la Réserve et l'autre avec celui du chalet. En option remplacer les oriflammes par des manchons à air, plus ludiques.

- En option, création d'un totem à vocation artistique

LES ABORDS DU CHALET : UN ESPACE DE CONVIVIALITE POUR AMELIORER LA QUALITE DU SITE DU COL

Devant le chalet, création d'une large terrasse multifonction avec platelage bois: l'AGORA

L'Agora réunit :

- Des tables/chaises/bancs accueillant les visiteurs consommant à la buvette, les randonneurs et les groupes avec leur hors-sac. Avec en option un store banne à ouvrir en cas de mauvais temps.

- un **totem multiface informatif** présentant :

. la Réserve des Aiguilles rouges et les réserves voisines (Sixt-Passy, Passy, Carlaveyron) : carte, histoire, présentation générale, itinéraires des sentiers

. l'offre de visite : le sentier du col et le centre d'interprétation dans le chalet, le programme des visites et ateliers prévus dans le chalet pour les jours à venir

. des informations et services pratiques : affichage électronique des conditions météorologiques pour préparer les randonnées, horaires des bus desservant le col des Montets, événements de la semaine liés à la montagne et l'environnement sur Chamonix et Vallorcine...

. En option : possibilité de charger sur son téléphone portable les itinéraires de randonnée dans les sentiers des réserves, un parking vélo, une fontaine centrale, un jardin de jeu pour enfants thématique Réserve (jeu en forme d'animaux emblématiques de la Réserve comme marmotte, lièvre variable, chamois ; petit mur d'escalade...)

.

LES ABORDS DU CHALET : UN ESPACE DE CONVIVIALITE POUR AMELIORER LA QUALITE DU SITE DU COL

En période de fermeture du chalet, une bâche imprimée couleur et tendue sur la façade présenterait le Centre d'interprétation et la Réserve.



LES ABORDS DU CHALET : UN ESPACE DE CONVIVIALITE POUR AMELIORER LA QUALITE DU SITE DU COL

Un **panneau d'interprétation** avec trouées/viseurs sur le rocher en dos de baleine invitant les promeneurs à observer les stries glaciaires et développant la thématique du passage du glacier il y a 12000 ans : schéma de formation du glacier, photographies des autres indices visibles dans le paysage alentour témoignant de l'érosion lié à ce passage...

. **renvoi vers autres équipements** sur le thème des glaciers (Brévent) et autres thèmes complémentaires (cf. **mise en réseau des sites** à l'échelle de la communauté de communes)

. Pm :panneaux amovibles

AGORA / Relais OT => promouvoir un réseau de sites écotouristiques (informations et produits) au chalet du col des Montets => Même engagement des autres sites + favoriser liens avec réseau d'animation nature (moyens humains)



Pour améliorer la lisibilité de l'offre, la segmenter par thème dominant, versant du soleil et versant du Mont-Blanc :

- . Chalet du col = la nature accessible, faune, flore, réserve
- . Maison de l'Alpage de Servoz = La vie dans un alpage
- . CNM Sallanches = diversité du patrimoine naturel montagnard et enjeux du dev. durable des Alpes
- . Montenvers / mer de glace = les glaciers
- . Musée du Cristal = la géologie
- . Musée des Houches = l'habitat traditionnel et histoire de la vallée
- . Glacier des Bossons : Parc de la glaciologie
- . L'Aiguille du Midi, les Grands Montets, le Brévent, la Flégère, Balme = les panoramas
- . etc....

LE CHALET : UN CENTRE D'INTERPRETATION DE LA RESERVE DES AIGUILLES ROUGES

Le principe du parcours

- Le parcours donne à voir et à vivre un « **concentré** » de la **Réserve des Aiguilles rouges**, un échantillon « intense » dont la visite donne des clés de découverte et de compréhension concernant ce milieu spécifique
- il ne s'agit pas tant de faire découvrir la Réserve au travers d'une approche de « surface » essentiellement informative, mais d'inviter chacun à pénétrer **au cœur des secrets de la Réserve**
- Sous une quiétude apparente, le site est au cœur d'une dynamique de vie qui **implique la faune et la flore**. Derrière ces paysages grandioses se cachent une biodiversité particulière, toute une vie riche, inconnue et souvent surprenante.
- Vers un voyage « initiatique » : **les animaux sont les guides - médiateurs** de cette visite mais pas seulement pour montrer leurs spécificités propres mais également pour souligner le caractère exceptionnel du milieu climatique, végétal et géologique dans lequel ils évoluent et qui est essentiel à leur survie. Il s'agit de montrer l'équilibre fragile d'un milieu dont les actions et la vie des uns dépendent de celles des autres.
- **Découvrir c'est aussi connaître ce qui, au fil du temps, peut menacer ou favoriser l'extraordinaire et fragile biodiversité de la Réserve**. Cela incite à une attitude sensible et respectueuse dans l'optique de la protection de l'environnement: « Sensibiliser et révéler l'insoupçonné, découvrir combien la faune et la flore de la Réserve sont particulières pour mieux apprendre à les respecter »

LE CHALET : UN CENTRE D'INTERPRETATION DE LA RESERVE DES AIGUILLES ROUGES

Le fil rouge de la visite

- ✓ Capitaliser sur l'une des caractéristiques majeures de la Réserve des Aiguilles rouges à savoir une **concentration de biotopes allant de 1200 à 2965 m d'altitude.**
- ✓ Associer la **progression physique du visiteur** dans le chalet à celle qu'il effectuerait lors d'une randonnée dans la Réserve
- ✓ **Exploration des trois étages, à la découverte des biotopes** correspondant (flore et surtout faune) :
 - . étage montagnard 1100/1900 m
 - . étage subalpin 1900/2500 m avec une présentation faisant apparaître les différences adret/ubac
 - . étage alpin 2500/3000 m avec le développement de la thématique des saisons (automne/hiver et printemps/été)
- ✓ Une **logique de parcours linéaire : de la vallée au sommet**

LE CHALET : UN CENTRE D'INTERPRETATION DE LA RESERVE DES AIGUILLES ROUGES

✓ **une salle de découverte** indépendante du parcours qui peut-être accessible indépendamment du parcours ou en fin de parcours :

. elle accueille :

- **un espace labo/atelier** où les stagiaires initient les visiteurs à la découverte de la Réserve notamment avec des matériels d'observation (microscopes et autres) et où les visiteurs peuvent consulter des livres sur la Réserve et l'environnement.

- **un espace d'actualité** qui présente la vie de la Réserve au quotidien : actions des gardes, événements liés à la faune (naissance, suivi de la présence des animaux à tel ou tel endroit, influence de la météo ...). Celui-ci pourrait également accueillir des rencontres du public avec les professionnels et les scientifiques travaillant dans et pour la Réserve (gardes, personnes chargées du plan de gestion...)

- **une carte animée** avec projections d'images de la Réserve et photos aériennes

✓ **Une salle audiovisuelle** avec un double système d'assise pour gagner de la place : bancs et assis/debout

✓ **Une salle d'expositions temporaires**

LE CHALET : UN CENTRE D'INTERPRETATION DE LA RESERVE DES AIGUILLES ROUGES

Exemple de carte animée en relief avec projections d'images de la Réserve et photos aériennes



La salle de découverte accueillerait également **des animations** notamment sous la forme de **produits payants**, par exemple sur une demi-journée : un stage macrophoto ou photo animalière (sortie sur le sentier + atelier dans le chalet), un stage relevé d'empreinte sur le terrain et moulage en atelier, sortie de nuit accompagnée par un guide-nature, sculpture animalière en bois de la Réserve, l'atelier des petits montagnards + sortie terrain (réaliser une carte de la réserve en relief, mesurer la pente des montagnes en construisant un clinomètre, compter le nombre d'arbres), l'atelier du géologue (reconstituer l'histoire géologique de la Réserve avec de la pâte à modeler, expériences pour identifier les roches)...

LE CHALET : UN CENTRE D'INTERPRETATION DE LA RESERVE DES AIGUILLES ROUGES

Le fil rouge pour les 3 espaces thématiques

- ✓ La présentation du milieu
- ✓ La valorisation de thématiques transversales, par exemple : les spécificités du milieu, la chaîne alimentaire, le camouflage, l'adaptation au relief des animaux, le rythme jour/nuit, la vie au fil des saisons, la vie adret/ubac...
- ✓ des coups de loupe sur quelques animaux emblématiques concernant cet espace thématique

RQ : les thématiques et sous thématiques proposées dans le cadre de cette étude de faisabilité et d'opportunité devront bien sûr faire l'objet d'une étude plus complète dans une **phase ultérieure de programmation détaillée**, en collaboration étroite avec les différentes personnes ressources (comité scientifique de l'ARNAR, ASTERS)

LE CHALET : UN CENTRE D'INTERPRETATION DE LA RESERVE DES AIGUILLES ROUGES

Le principe de la médiation

- ✓ une **approche ludo-pédagogique** associant informations scientifiques et parcours de découverte faites de recherche d'indices, de traces, d'énigmes à résoudre, de questions...
- ✓ des **outils de médiation diversifiés** : textes, graphismes, illustrations, projections, audiovisuels, mise en scène sonore
- ✓ sollicitation des sens (informations à regarder, à toucher, à sentir, à écouter), manipulations et jeux interactifs...
- ✓ Invitations ludiques et traitements décalés des supports de présentations : traitements graphiques type « BD », utilisation de palettes chromatiques vives et attirantes...
- ✓ Pour **créer une « prise en main » personnelle de sa découverte** : manipulations et jeux tactiles divers, maquettes volumes, informations à « dénicher »...
- ✓ **Renvois vidéo**, via des Webcam, qui permettent une rencontre en direct – ou en différé - avec le site et les animaux
- ✓ Maîtriser le volume des textes pour mettre en valeur les images
- ✓ **Hiérarchiser la construction des textes** des panneaux pour en faciliter la lecture : titre général, chapo/résumé, titre des thématiques et sous-thématiques, encadrés...

LE CHALET : UN CENTRE D'INTERPRETATION DE LA RESERVE DES AIGUILLES ROUGES

L'esprit de la scénographie

Une **scénographie immersive** qui plonge les visiteurs dans l'univers de la Réserve en associant images et sons :

- ✓ Un **sas d'imprégnation** en début de parcours a pour vocation de sensibiliser le visiteur à la thématique développée qui est tout autant suggérée que montrée. En effet, c'est essentiellement l'imaginaire qui doit être touché afin que le transfert vers cet univers révélé puisse s'opérer, en rupture avec le monde « connu ».
- ✓ Un **cheminement général en boucle et continu** pour chaque étage (montagnard, alpin, subalpin)
- ✓ Des espaces à l'ambiance contrastée pour **donner du rythme à la visite** et renouveler l'intérêt du visiteur
- ✓ Une mise en scène qui **crée l'émotion pour amener à l'information**
- ✓ Travailler à l'intérieur du bâtiment **comme une « boîte noire »** pour permettre de maîtriser les effets scénographiques
- ✓ S'ouvrir sur l'extérieur pour **proposer une lecture des paysages depuis le chalet**

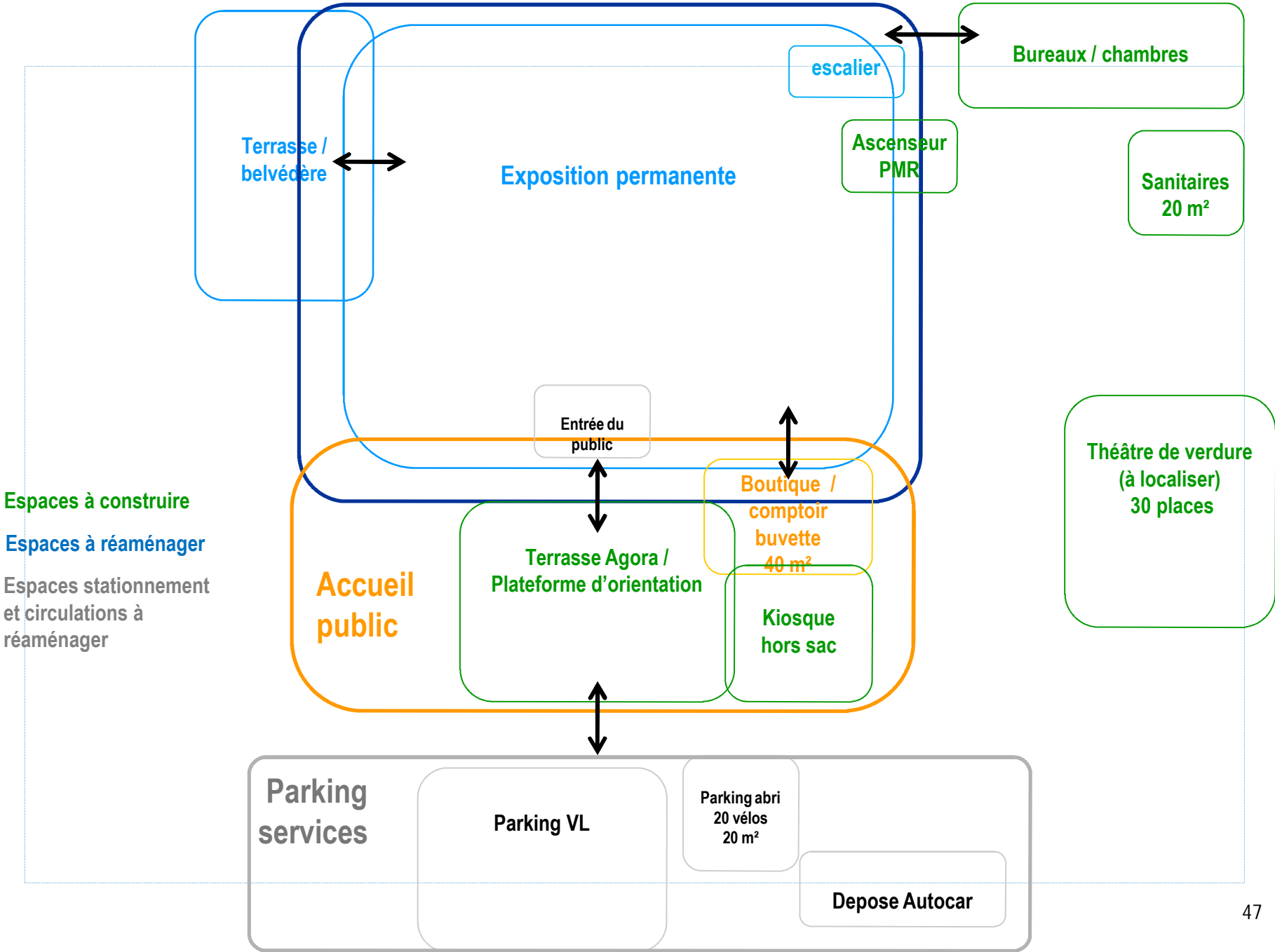
LE CHALET : UN CENTRE D'INTERPRETATION DE LA RESERVE DES AIGUILLES ROUGES

L'esprit de la scénographie (suite)

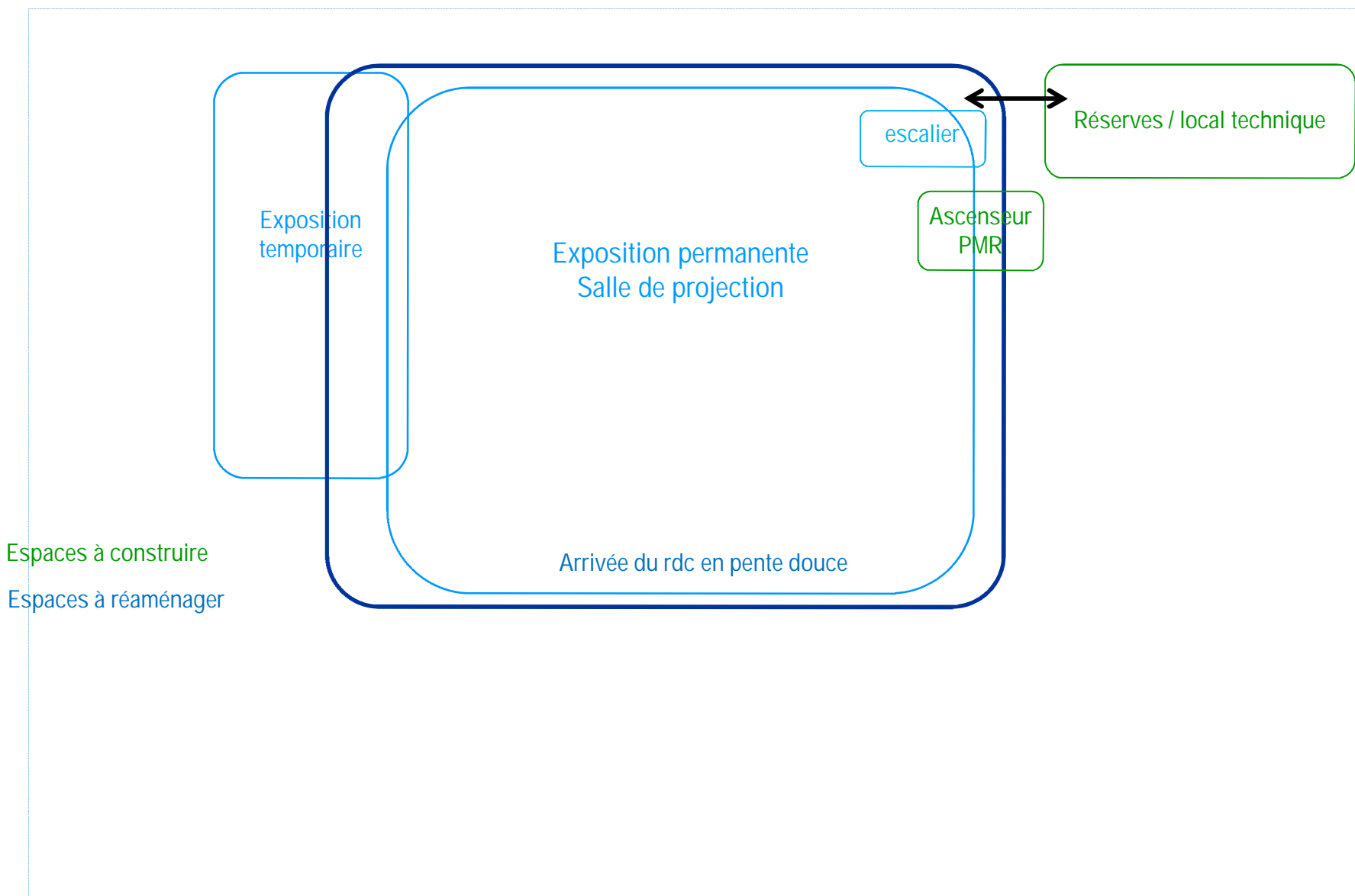
Pour chaque espace consacré à un étage le parcours se décomposerait comme suit :

- . **une cloison/fresque recto-verso** qui se déploierait sur plusieurs mètres, à l'image du tracé d'un sentier de randonnée. Les visiteurs peuvent donc se répartir des deux côtés de la cloison/fresque pour fluidifier la visite
- . en façade, visible des deux côtés, elle comporte un montage graphique d'illustrations, de photographies, de mots illustrant l'univers de l'étage concerné
- . dans cette cloison-fresque sont inclus des textes, des écrans pour diffusion d'extraits de films, des niches pouvant accueillir des petits dioramas et des objets en volume (animaux naturalisés, roches...), des casques d'écoute, des manipulations diverses : volets avec des questions qu'il faut soulever pour avoir la réponse, rouleaux tibétains, niches où l'on passe la main pour deviner un objet, diffuseurs d'odeurs....
- . **un kiosque de découverte** consacré à un ou des animaux emblématiques de l'étage concerné. Il présente en partie centrale l'animal naturalisé – s'il existe dans les collections du chalet – éventuellement une webcam et des informations à découvrir sur un mode ludo-pédagogique avec des outils de médiation de même type que ceux développés dans la cloison/fresque.

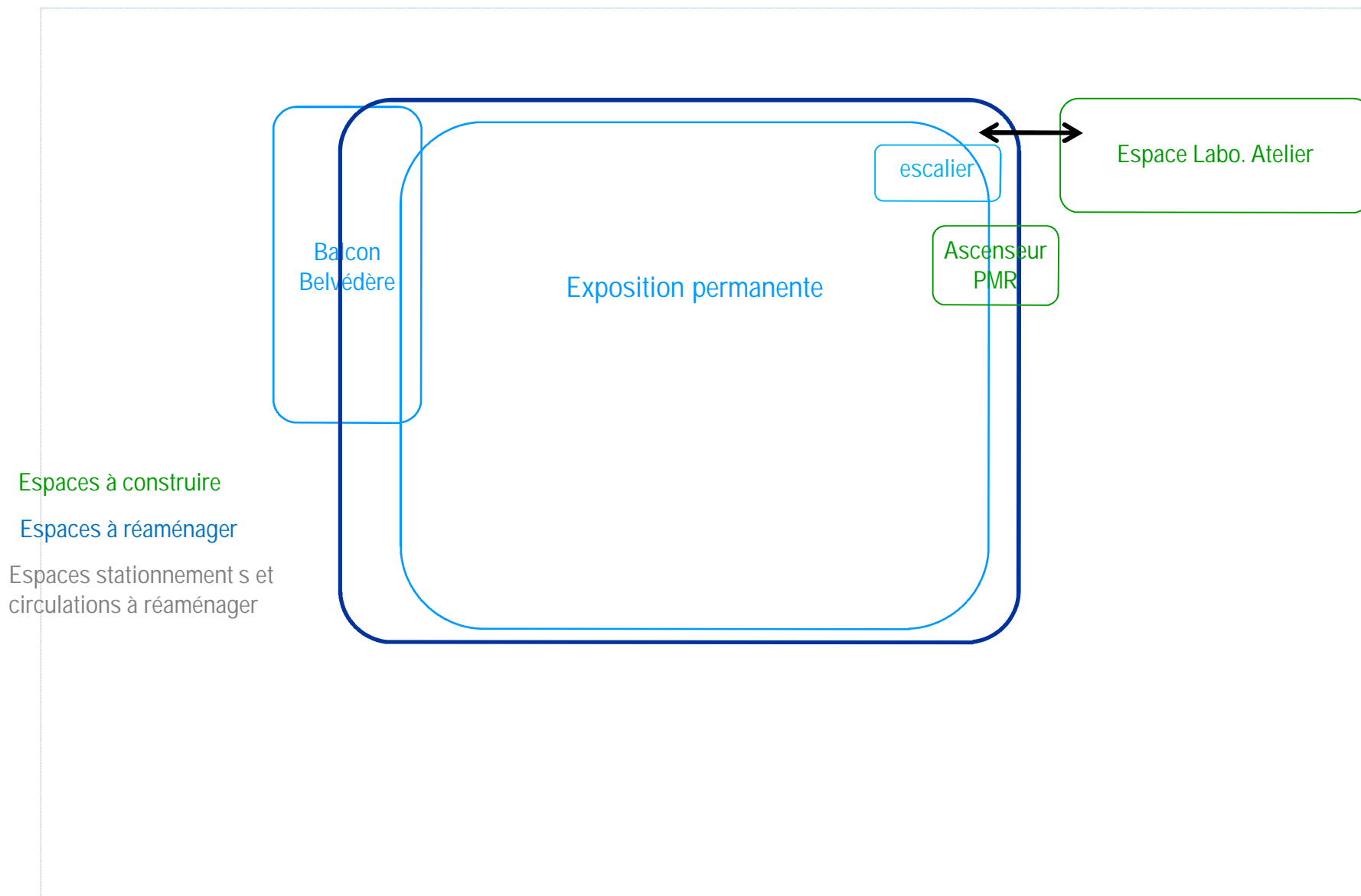
Préconisations d'aménagement de l'Espace des Aiguilles Rouges / principes fonctionnels – RDC



Préconisations d'aménagement de l'Espace des Aiguilles Rouges / principes fonctionnels – Sous-sol



Préconisations d'aménagement de l'Espace des Aiguilles Rouges / principes fonctionnels – 1^{er} étage



LE SENTIER DE DECOUVERTE :

Le principe du parcours

- ✓ La lecture des paysages (histoire, caractéristiques) à deux niveaux :
 - . Une approche « macro » de la Réserve : lecture de ce que je vois « en haut » autour de moi, le panorama
 - . Une découverte de ce qui est plus proche de moi : le sentier du col des Montets avec sa flore et sa faune spécifique
- ✓ Mettre en valeur in-situ la richesse de la biodiversité : connaître la montagne pour mieux la protéger
- ✓ Inviter les randonneurs à lire dans les paysages des indices qui permettent de mieux les connaître
- ✓ Création d'un parcours court avec platelage bois notamment pour handicapés
- ✓ Création d'une nouvelle boucle du sentier sur Vallorcine

Côté Vallorcine : créer une boucle jusqu'à la cascade de Bérard (env 1h15 AR), articulée avec la gare du Buet



La cascade



L'ancienne
buvette



Le sentier
forestier

Le Buet ~1360m - Cascade de Bérard ~1460m – 1 h aller/retour

A la sortie du village de Vallorcine, au Buet, il est possible de parquer son véhicule, puis de traverser la route pour prendre une petite route en terre. 25 minutes de marche seront nécessaires pour atteindre la cascade. Il existait autrefois une buvette (fermé il y a deux ans) et un petit sentier pour se rendre derrière la chute d'eau. On peut également visiter la grotte de Farinet, célèbre faux-monnayeur.

Faire le lien avec les projets de réhabilitation de la cascade portés par la ville de Vallorcine : buvette, sentier sur la rive droite du torrent de Bérard, passerelle,...

Côté Vallorcine : créer une boucle jusqu'à la cascade de Bérard (env 1h15 AR), à 10 mn de la gare du Buet + une boucle plus courte au départ du chalet



LE SENTIER DE DECOUVERTE :

Le principe de la médiation

- ✓ des repères graphiques permettant d'identifier immédiatement chaque milieu traversé : choix d'un code couleur par milieu
- ✓ un totem introductif par milieu visité: tourbière, éboulis, forêt, zones humides/marécages, lac, landes à rhododendrons, lichens...
- ✓ présentation globale de chaque milieu
- ✓ signaler les animaux vivant et visibles sur le site en montrant sous forme de photographies ou d'illustrations les traces observables lors de la randonnée (crottes, plumes, coquilles d'œufs, reliefs de repas...)
. textes /images / photographies
- ✓ cartels pour légènder les plantes du site, mais également les arbres : nom, apparences aux différentes saisons
Souplesse d'utilisation, actualisation simple : possibilité d'éditer les étiquettes cartels indéchirables, résistantes aux UV avec une imprimante de bureau, un logiciel et des planches d'étiquettes spéciales
En option, proposer une lecture « médicinale » des plantes

LE SENTIER DE DECOUVERTE :

Le principe de la médiation (suite)

Des stations d'interprétation thématiques en liaison avec la lecture des paysages :

- . le col de Montets, hier et aujourd'hui
- . Les lacs,
- . L'eau
- . La forêt
- . Les couloirs d'avalanche
- . Les glaciers
- . La formation des paysages (géologie)
- . Le climat

Les stations se développent sur le **principe d'un « kiosque » habillé de bâches imprimées** facilement démontables et actualisables.

Ces stations ont l'avantage d'être **réversibles car entièrement démontables** et sans emprise « lourde » sur le site

Pour l'ensemble des outils il conviendra de maîtriser le volume des textes et de privilégier les photographies et les illustrations, de hiérarchiser la construction des textes des panneaux pour en faciliter la lecture : titre général, chapo/résumé, titre des thématiques et sous-thématiques, encadrés...

Un **petit théâtre de verdure** : un espace de tranquillité pour admirer les paysages sans information spécifique. Ce théâtre peut également servir pour des présentations faites par les stagiaires au public.

LE SENTIER DE DECOUVERTE :



Ex de panneaux d'interprétation



Ex de cartel imprimable

Ex de kiosque d'interprétation avec bâches imprimées



Ex de petit théâtre de verdure



LE SENTIER DE DECOUVERTE :

Le principe de la médiation (suite)

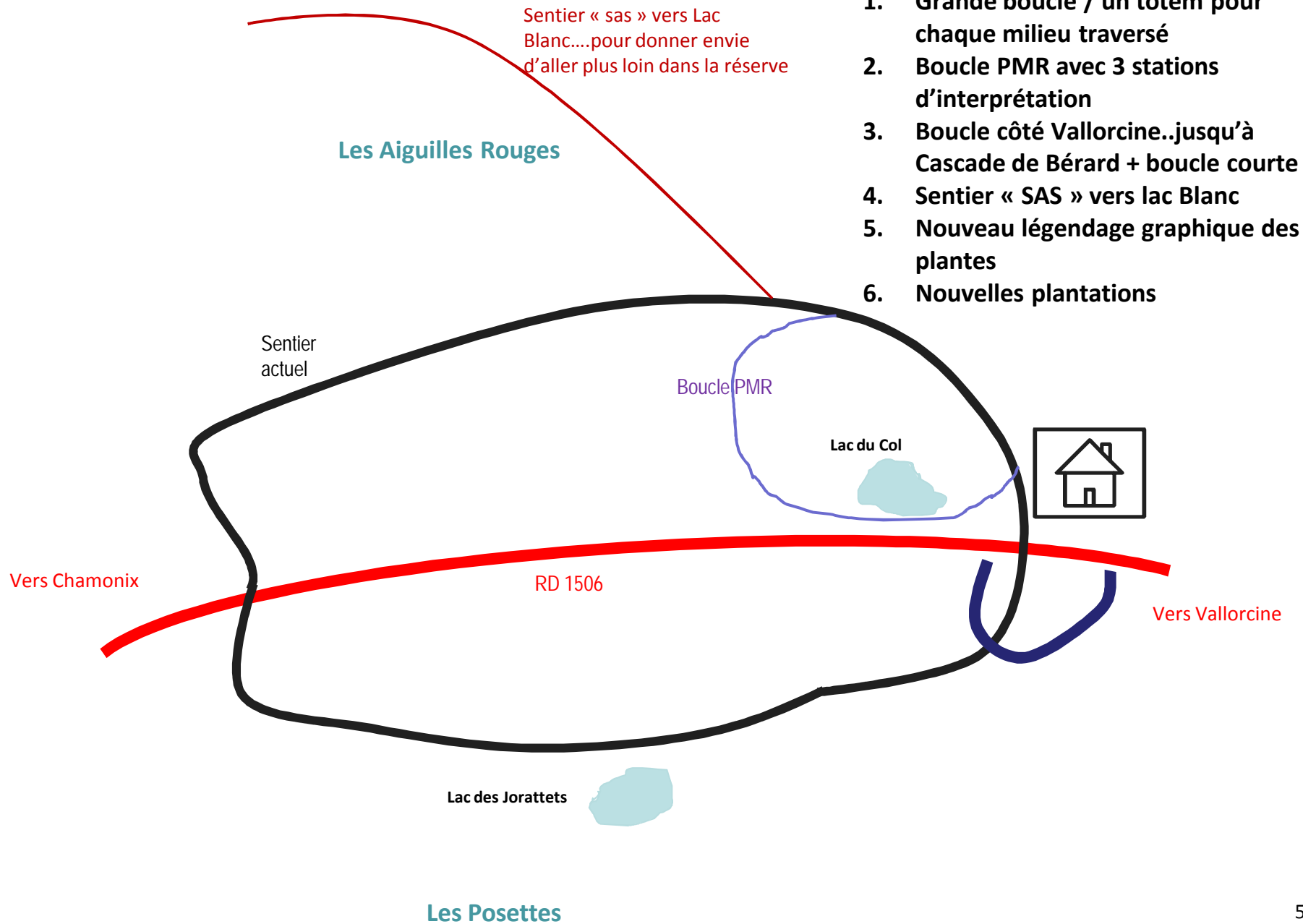
En option : une visite audioguidée (avec éventuellement la fonction géolocalisation) qui permettrait d'approfondir les thématiques développées dans le sentier

- ✓ l'appareil peut être loué à l'accueil du chalet
- ✓ les contenus peuvent faire l'objet d'un téléchargement payant sur smartphone ou MP3 via une borne située dans le chalet
- ✓ les contenus peuvent rassembler des commentaires audio, des images, des photographies et des extraits de films : schémas, interviews de scientifiques, témoignages des habitants, chants et cris des animaux, images anciennes....
- ✓ Avec la fonction géolocalisation, l'appareil devient un véritable outil de lecture des paysages qu'il décrypte en direct. Il peut même voir « en transparence » les paysages, dans l'espace et le temps.

LE SENTIER DE DECOUVERTE :



UN RESEAU DE SENTIERS plus dense autour de l'Espace des Aiguilles Rouges, Schéma de principe



Aménagements :

1. Grande boucle / un totem pour chaque milieu traversé
2. Boucle PMR avec 3 stations d'interprétation
3. Boucle côté Vallorcine..jusqu'à Cascade de Bérard + boucle courte
4. Sentier « SAS » vers lac Blanc
5. Nouveau légendage graphique des plantes
6. Nouvelles plantations

STATIONNEMENT : les principes d'aménagements retenus par le CG74 en bord de la RD 1506 au droit du Col des Montets

Hypothèses de travail :

1- **Un parking VL et PL à concentrer le long du délaissé utilisé en sens unique descendant** (largeur de la voie à préciser) => relève de la compétence de la ville

La suppression du parking actuel en pied du "dos de baleine" au profit d'un espace vert et de cheminements piétons identifiés.

2- **Le léger dévoiement de la RD 1506** côté "dos de baleine" afin de dégager un peu la visibilité et le cheminement piétons côté chalet.

La reprise du carrefour avec le délaissé (perpendicularité des 2 voies).

3- La position d'une **traversée piétonne au point offrant la meilleure visibilité et en dehors du carrefour d'entrée au parking**. Un dégagement de visibilité par déblai sera toutefois nécessaire côté chalet en direction de Vallorcine.

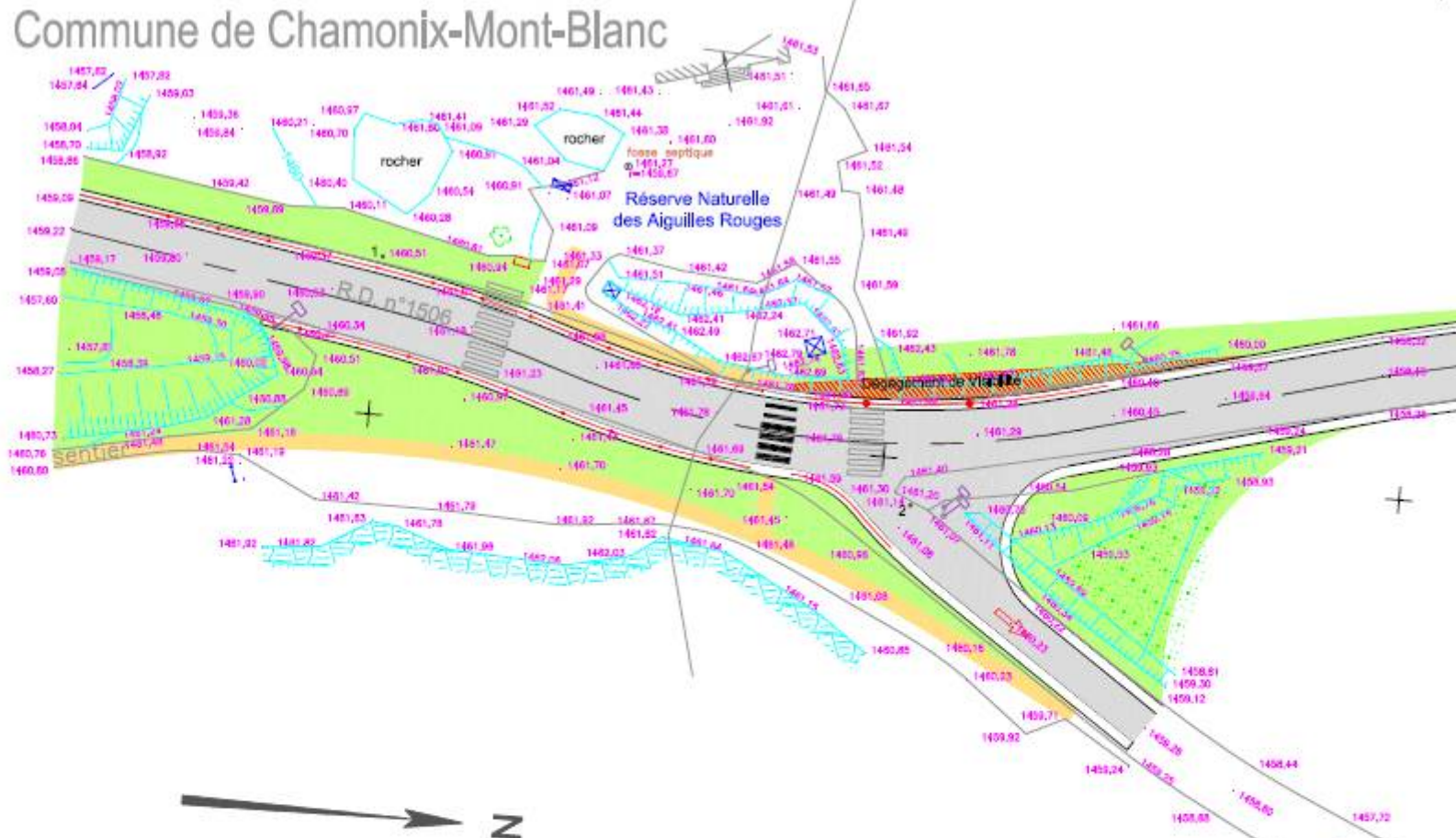
A noter que, s'agissant d'une section hors agglomération, **la signalisation de la traversée piétonne se fera de préférence sans marquage au sol** et uniquement par des panneaux A13a.

La mise en place **de barrières bois sur l'accotement sera nécessaire pour canaliser les piétons** vers cet unique point de traversée.

En complément, il faudra **instaurer l'interdiction de stationnement de part et d'autre de la RD**.

4- Le carrefour entre RD 1506 et la sortie du délaissé/parking sera également rectifié

Schéma de principe des aménagements en bord de la RD 1506 au droit du Col des Montets.



Notre recommandation : Optimiser la sécurité des visiteurs supposerait une zone de stationnement du côté du chalet pour éviter de traverser la RD.
Si le parking devait être maintenu le long du délaissé utilisé en sens unique descendant (comme indiqué sur ce plan), la solution d'un passage souterrain sous la RD1506 pourrait être envisagée mais elle induit des coûts élevés.
D'autres solutions sont donc encore à étudier avec le CG74.

 **CONSEIL GENERAL DE LA HAUTE-SOIVIE**

Commune de Chamonix-Mont-Blanc
RD1506 Aménagement au col des Montets
Ech: 1/500

De manière générale, tous dispositifs, dans les 2 sens, permettant d'inciter les automobilistes à fortement ralentir avant et après le col seront des avancées significatives



COMMUNAUTÉ DE COMMUNES Vallée de Chamonix Mont-Blanc

**L'Espace
des Aiguilles Rouges**
Au col des Montets



VALLÉE DE CHAMONIX
MONT-BLANC



4. Deux scénarios d'aménagement du site



COMMUNAUTÉ DE COMMUNES Vallée de Chamonix Mont-Blanc

**L'Espace
des Aiguilles Rouges**
Au col des Montets



VALLÉE DE CHAMONIX
MONT-BLANC

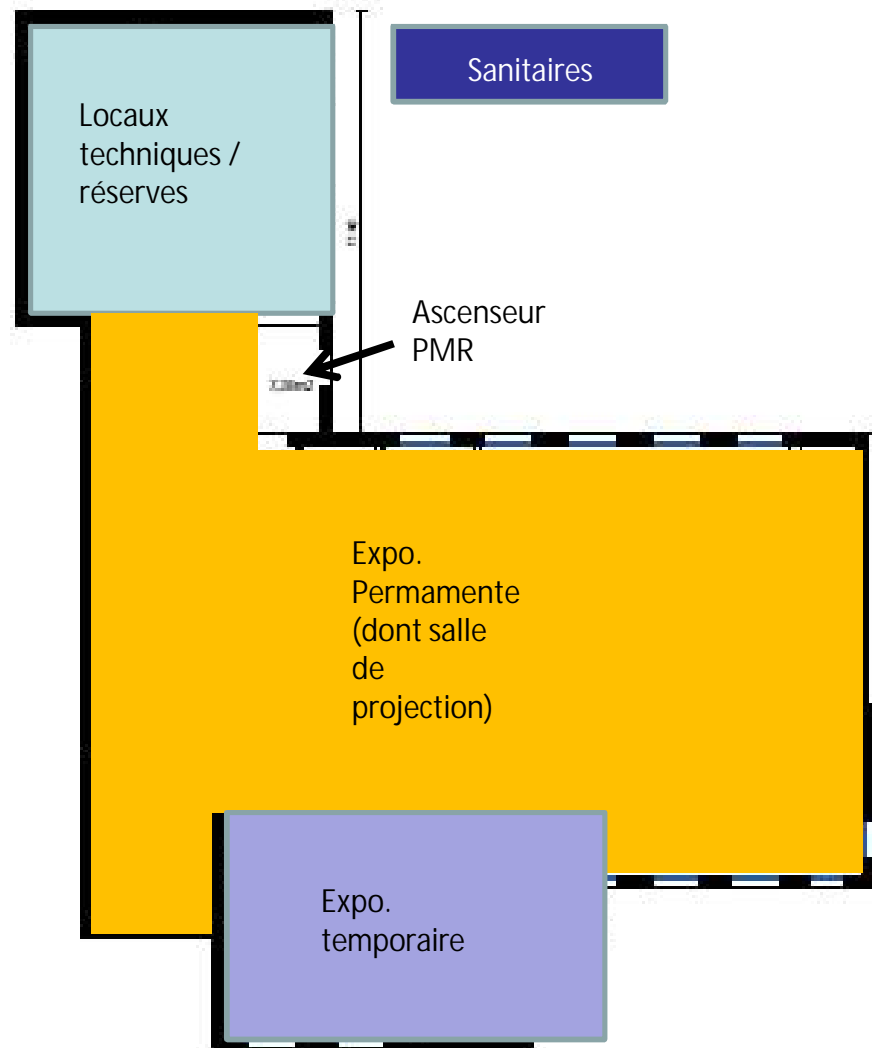


4.1 Un scénario ambitieux

SCENARIO 1 / le sous-sol

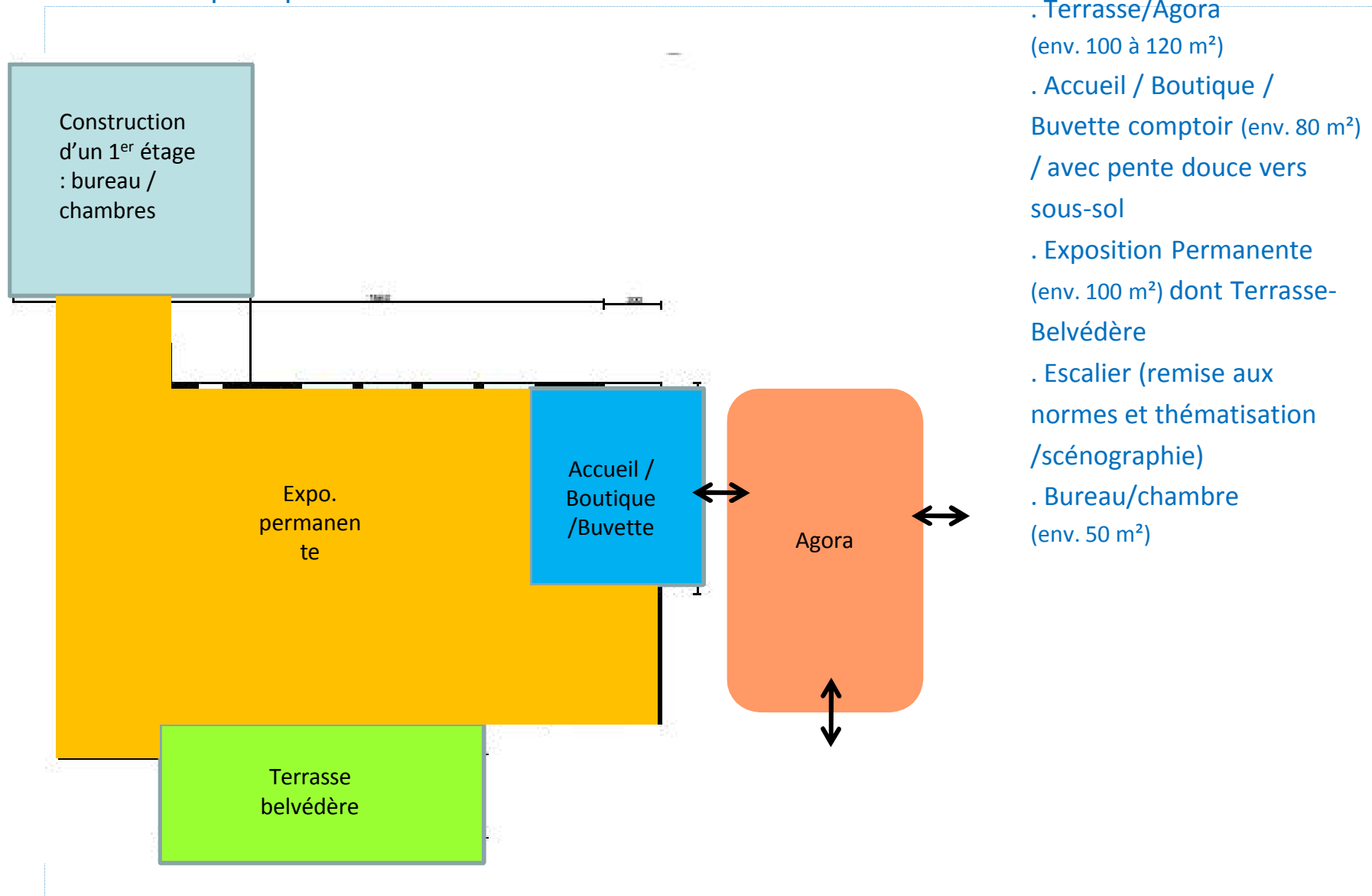
Schéma de principe

- . Salle de projection (env. 40 m²)
- . Exposition permanente (env. 140 m²)
- . Exposition temporaire (env.80 m²)
- . Locaux techniques / réserves (garage)
- . Escalier (remise aux normes et thématisation/scénographie)
- . Sanitaires (construction neuve près du garage, env. 20 m²)
- . Ascenseur PMR



SCENARIO 1 / le RdC

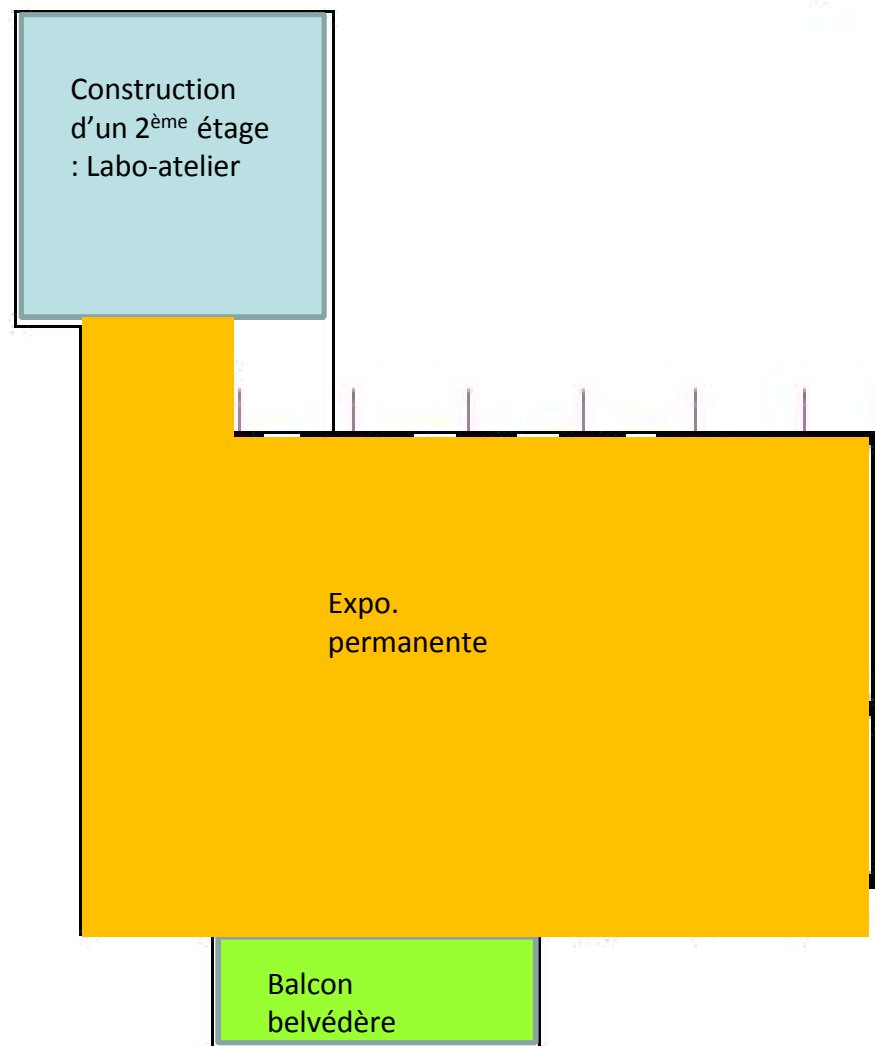
Schéma de principe



SCENARIO 1 / l'étage

Schéma de principe

- . Exposition permanente (env.150 m²) dont salle de découverte (env. 50 m²) : labo/atelier visitable / espace d'actualités / maquette (construction 2^{ème} étage)
- . Balcon Belvédère
- . Escalier (remise aux normes et thématisation / scénographie)





COMMUNAUTÉ DE COMMUNES Vallée de Chamonix Mont-Blanc

**L'Espace
des Aiguilles Rouges**
Au col des Montets



VALLÉE DE CHAMONIX
MONT-BLANC

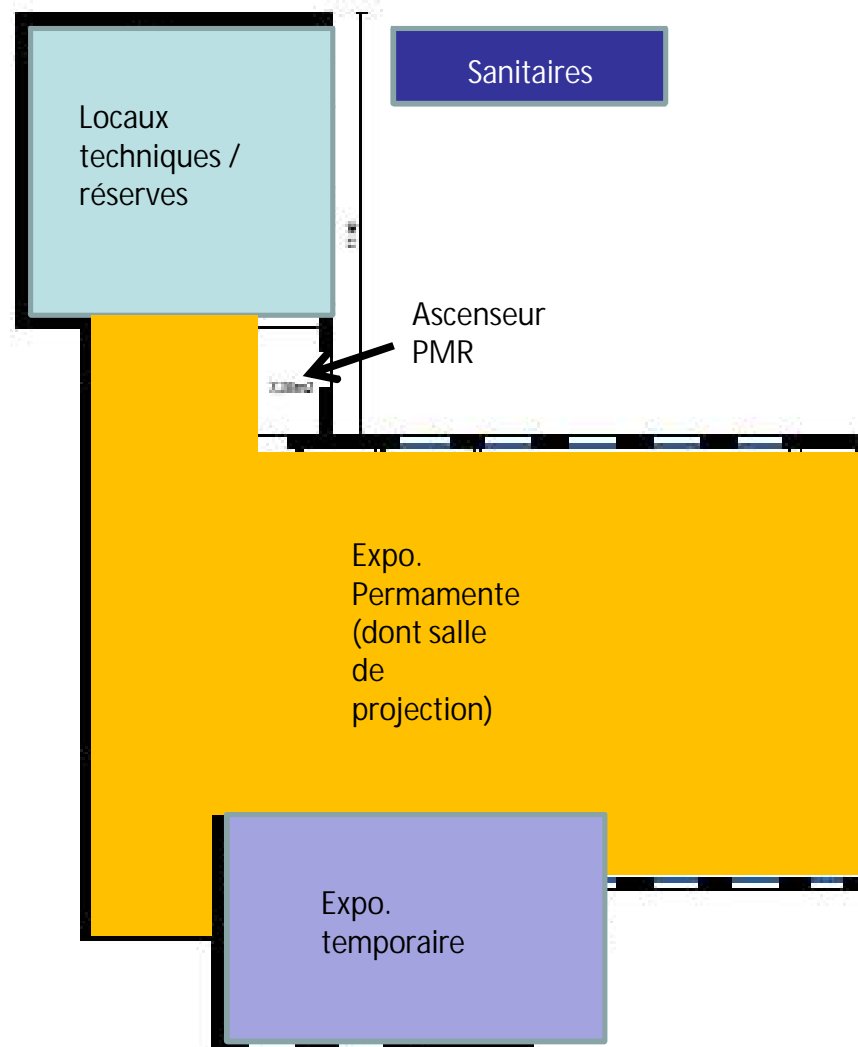


4.2 Un scénario plus modeste, optimisé sur l'existant

SCENARIO 2 / le sous-sol

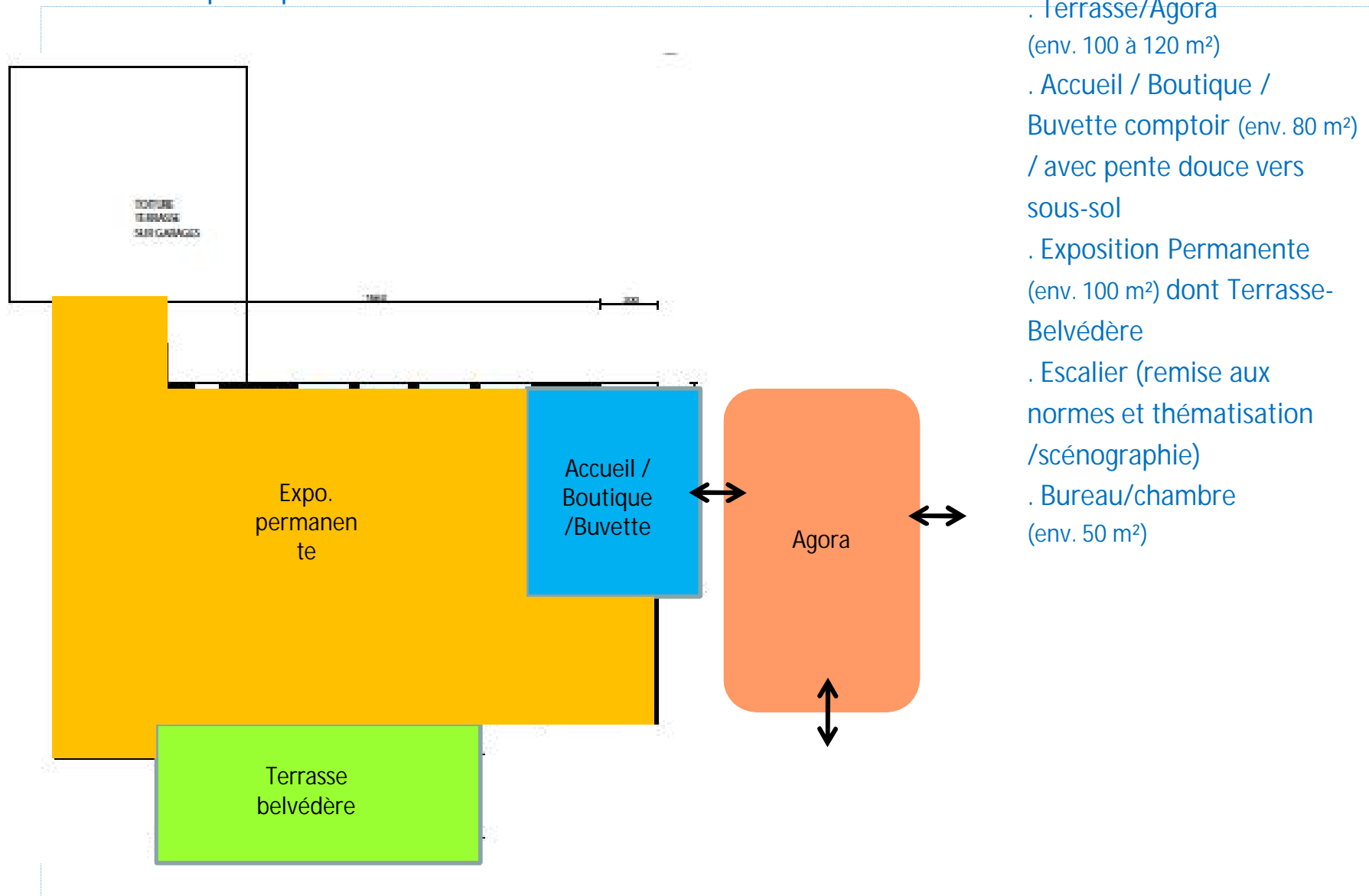
Schéma de principe

- . Salle de projection (env. 40 m²)
- . Exposition permanente (env. 140 m²)
- . Exposition temporaire (env.80 m²)
- . Locaux techniques / réserves (garage)
- . Escalier (remise aux normes et thématization/scénographie)
- . Sanitaires (construction neuve près du garage, env. 20 m²)
- . Ascenseur PMR



SCENARIO 1 / le RdC

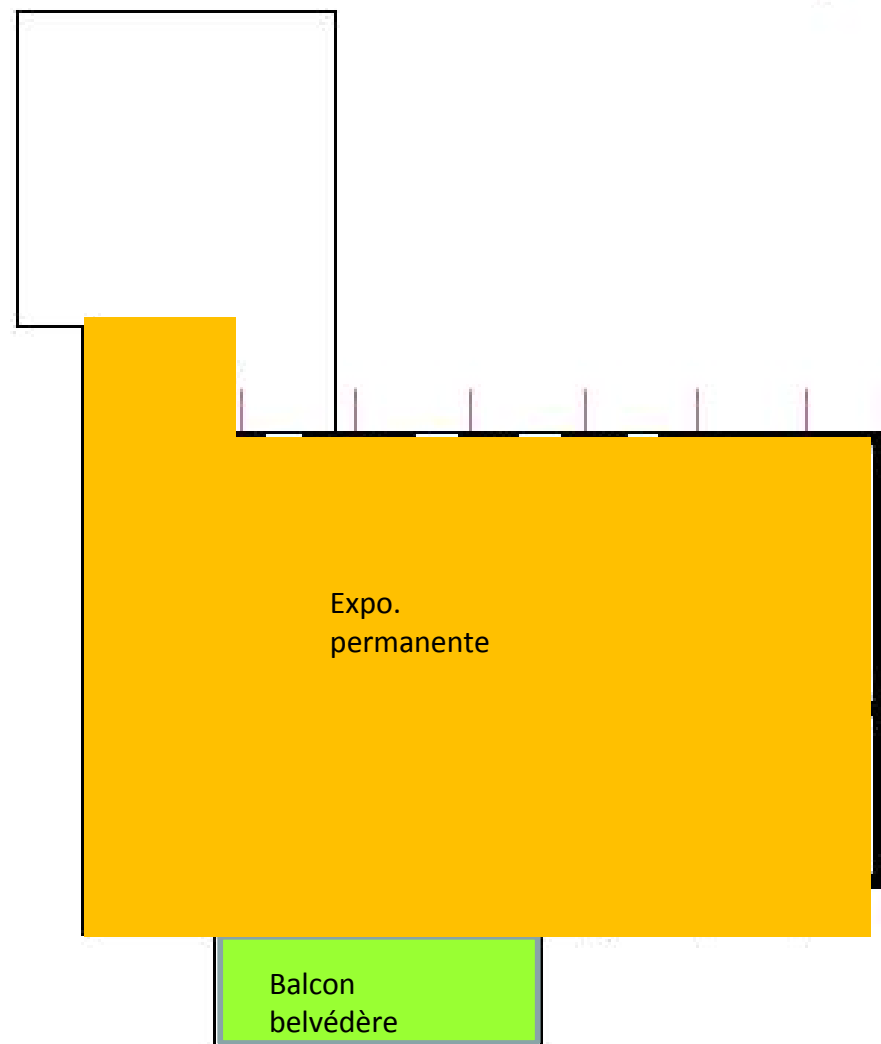
Schéma de principe



SCENARIO 1 / l'étage

Schéma de principe

- . Exposition permanente
(env.100 à 120 m² utiles, combles déduits)
- . Balcon Belvédère
- . Escalier (remise aux normes et
thématisation / scénographie)



Synthèse des surfaces actuelles et projetées

Le scénario le plus ambitieux suppose la construction de 100 à 110 m² supplémentaires

Synthèse surfaces			
	chalet actuel	Scénario 1	Scénario 2
Sous-Sol			
Expo permanente	121	140	140
Expo temporaire		80	80
Salle de projection		40	40
Locaux techniques (garage)	56	55	
Locaux Tech. Chambre / bureau			55
Sanitaires	24	24	24
Salles annexes	27		
Rangement	44		
Circulations	45		
Sous-total	317	339	339
Rdc			
Chambres / bureau		55	
Accueil/boutique/buvette	48	80	80
Exposition	89	130	130
Rangement	8		
Terrasse porche	38		
Circulations	32		
Sous-total	215	265	210
1er étage			
Exposition		150	150
Salle de découverte		50	
Bureaux / grenier	31		
Appartement privatif	69		
sanitaires	8		
salles annexes	15		
Rangement	15		
Circulations	16		
Sous-total	154	200	150
total	686	804	699
Circulations	93	201	174,75
		25%	25%



COMMUNAUTÉ DE COMMUNES Vallée de Chamonix Mont-Blanc

**L'Espace
des Aiguilles Rouges**
Au col des Montets



VALLÉE DE CHAMONIX
MONT-BLANC



5 L'économie prévisionnelle de l'Espace des Aiguilles Rouges



COMMUNAUTÉ DE COMMUNES Vallée de Chamonix Mont-Blanc

**L'Espace
des Aiguilles Rouges**
Au col des Montets



VALLÉE DE CHAMONIX
MONT-BLANC



5.1 L'investissement

Le programme d'investissement et son phasage (tableau de synthèse)

Fonctions / espaces	Surfaces en m²		ratio €/m² Bâti	ratio €/m² paysage	ratio €/m² Muséo /scéno	Montant Bâti, aménagements et VRD	Mont. €HT Animations	Mont. €HT Muséo/scéno	Investissement total		
	chalet actuel	projet							étape 1	étape 2	étape 3
SCENARIO 1											
Bâtiment (dont 25% circulations)	686	815				1 141 000 €	0 €	1 141 000 €	1 867 800 €	565 000 €	
Sous-sol	317	350	1 400 €			490 000 €	0 €	444 000 €	490 000 €		
RdC	215	265	1 400 €			371 000 €		324 000 €	371 000 €		
1er étage	154	200	1 400 €			280 000 €		375 000 €	210 000 €	70 000 €	
Agora		180	800 €			148 800 €			148 800 €		
Parcours extérieurs						196 400 €			136 900 €	59 500 €	
4 Mâts de signalisation au col						10 000 €			10 000 €		
Panneau interprétation dos de baleine						1 400 €			1 400 €		
Sentier d'interprétation côté Chamonix						25 500 €			24 000 €		
									1 500 €		
Sentier d'interprétation côté Vallorcine						13 500 €				12 000 €	
										1 500 €	
Boucle PMR (env. 500 m)		500 ml	200 €			100 000 €			100 000 €		
Visioguides						25 000 €				25 000 €	
Théâtre de verdure						21 000 €				21 000 €	
Petit amphithéâtre en gradin (15 à 20 places)											
VRD (Infra)						312 500,00 €			312 500 €		
ESPACES VERTS		500		100 €		50 000,00 €				50 000 €	
Végétalisation Agora et parking											
total TRAVAUX						1 848 700 €	0 €	1 141 000 €	2 317 200 €	674 500 €	0 €
total opération								2 989 700 €	2 317 200 €	674 500 €	0 €
									77,5%	22,5%	
Total honoraires								522 453 €	415 187 €	102 165 €	0 €
Total opération + honoraires								3 512 153 €	2 732 387 €	776 665 €	0 €

Ce programme suppose un investissement initial de l'ordre de 2.3 M€HT dès la phase 1, hors travaux d'aménagement de sécurité aux abords du site du col des Montets. C'est un seuil en deça duquel il sera difficile de doper l'attractivité du site et donc sa fréquentation. Il est à la mesure d'une valorisation forte de la Réserve. Il permet de proposer un site pédagogique et touristique bien positionné et différencié dans l'offre de la vallée. Ce coût d'objectif permet un saut qualitatif important sur le contenu, l'architecture, les surfaces d'exposition et l'environnement général. En outre, il hisse l'équipement au niveau des normes actuelles et futures d'accueil du public. Demain L'Espace des Aiguilles Rouges devrait contribuer fortement à la promotion d'un site naturel d'exception à travers des aménagements exemplaires.

Le programme d'investissement et son phasage (tableau détaillé)

Voir en annexe 3 :
Le détail du Pré-programme avec fiches espaces et fiches sentier d'interprétation

Fonctions / espaces	Surfaces en m²		ratio €/m² Bâti	ratio €/m² paysage	ratio €/m² Muséo/scéno	Montant Bâti, aménagements et VRD	Mont. EHT Animations	Mont. EHT Muséo/scéno	Investissement total		
	chalet actuel	projet							étape 1	étape 2	étape 3
SCENARIO 1											
Bâtiment (dont 25% circulations)	686	815				1 141 000 €	0 €	1 141 000 €	1 867 800 €	565 000 €	
Sous-sol	317	350	1 400 €			490 000 €	0 €		490 000 €		140 000 €
Expo. Permanente		140			2 000 €			280 000 €			
Expo. Temporaire		80			1 300 €			104 000 €			
Salle de projection		50			1 200 €			60 000 €			
Locaux techniques (aménagement garage)		55									
Sanitaires		25									
RdC	215	265	1 400 €			371 000 €			371 000 €		
Accueil / Boutique / Buvette		80			800 €			64 000 €	64 000 €		
Expo. Permanente (dont terrasse belvédère)		130			2 000 €			260 000 €	130 000 €		130 000 €
Chambres / bureau		55									
1er étage	154	200	1 400 €			280 000 €			210 000 €		70 000 €
Exposition permanente		150			2 000 €			300 000 €	150 000 €		150 000 €
Salle de découverte		50			1 500 €			75 000 €			75 000 €
Agora		180	800 €			148 800 €			148 800 €		
Accueil, information et carrefour de distribution extérieur		80									
Préau (abri info)		20									
Totem multiface informatif						4 800 €					
Aire de pique-nique		80									
Parcours extérieurs						196 400 €			136 900 €		59 500 €
4 Mâts de signalisation au col						10 000 €			10 000 €		
Panneau interprétation dos de baleine						1 400 €			1 400 €		
Sentier d'interprétation côté Chamonix											
4 Stations d'interprétation						24 000 €			24 000 €		
Cartels (base 10 cartels)						1 500 €			1 500 €		
Sentier d'interprétation côté Vallorcine											
2 Stations d'interprétation						12 000 €					12 000 €
Cartels (base 10 cartels)						1 500 €					1 500 €
Boucle PMR (env. 500 m)		500 ml	200 €			100 000 €			100 000 €		
Visioguides											
Production + Matériel						25 000 €					25 000 €
Théâtre de verdure											
Petit amphithéâtre en gradin (15 à 20 places)		200				21 000 €					21 000 €
Fonctions / espaces	Surfaces en m²		ratio €/m² Bâti	ratio €/m² paysage	ratio €/m² Muséo/scéno	Montants aménagements et VRD	Mont. EHT Animations	Mont. EHT Muséo/scéno	Investissement total		
		Projet							étape 1	étape 2	étape 3
VRD (Infra)						312 500,00 €			312 500 €		
Voirie automobile (service, sécurité,...)		pm				pm					
Voirie piéton / cheminements		1000 m				pm					
Stationnement (50 VL env.)		1 250	250 €			312 500,00 €					
ESPACES VERTS		500		100 €		50 000,00 €					50 000 €
Végétalisation Agora et parking											
total TRAVAUX						1 848 700 €	0 €	1 141 000 €	2 317 200 €	674 500 €	0 €
total opération								2 989 700 €	2 317 200 €	674 500 €	0 €
									77,5%	22,5%	
Honoraires Maîtrise d'œuvre Aménagements / Bâti		12,00%						184 344 €	142 782 €	41 562 €	0 €
Honoraires Maîtrise d'œuvre VRD		5,00%						15 625 €	15 625 €	0 €	0 €
Honoraires MO muséographie / Scénographie		20,00%						228 200 €	176 751 €	51 449 €	0 €
Mission OPC (VRD, bâtiment)		1,35%						24 957 €	21 184 €	2 423 €	0 €
Contrôle technique (VRD, bâtiment)		1,25%						23 109 €	19 615 €	2 244 €	0 €
Mission SPS (VRD, bâtiment)		1,00%						18 487 €	15 692 €	1 795 €	0 €
Assurance (VRD, bâtiment)		1,50%						27 731 €	23 538 €	2 693 €	0 €
Total honoraires								522 453 €	415 187 €	102 165 €	0 €
Total opération + honoraires								3 512 153 €	2 732 387 €	776 665 €	0 €



COMMUNAUTÉ DE COMMUNES Vallée de Chamonix Mont-Blanc

**L'Espace
des Aiguilles Rouges**
Au col des Montets



VALLÉE DE CHAMONIX
MONT-BLANC



5.2 L'exploitation prévisionnelle

1^{ère} étape : l'estimation de la fréquentation potentielle

La fréquentation prévisionnelle du projet est évaluée par l'application d'un taux de captation résultant des 5 taux suivants:

- le taux de marché potentiel,
- le taux d'information,
- le taux d'intérêt,
- le taux d'accessibilité,
- le taux de retour

au bassin de clientèle du site.

Cette méthode appliquée au bassin de clientèle du Pays Mont-Blanc (touristes, résidents, excursionnistes, scolaires) définit un chiffre de fréquentation prévisionnel pour le chalet du col des Montets.

Ce calcul basé sur la décomposition du taux de captation est avant tout un outil de réflexion.

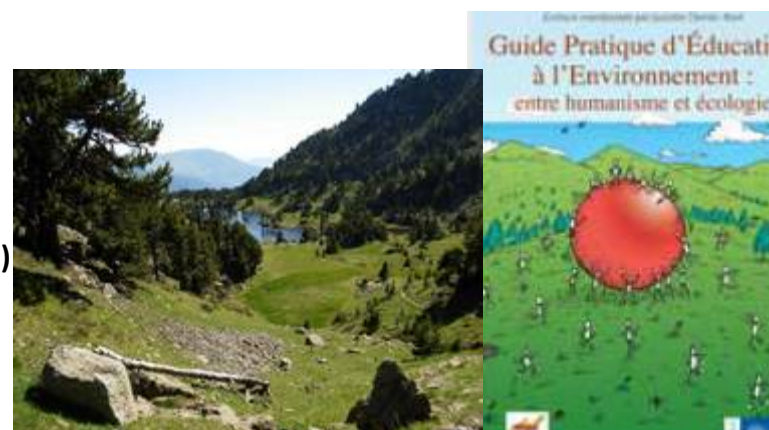
La valeur de chaque taux est une valeur indicative, évaluée par expérience et par raisonnement.

- **Le taux de marché potentiel:** l'ensemble de la clientèle du Pays Mont-Blanc, exceptés les enfants de moins de 5 ans.
- **Le taux d'information:** définit le nombre de personnes qui auront connaissance de l'existence du site. Ce taux dépend principalement de la communication développée.
- **Le taux d'intérêt:** les touristes ou les résidents qui viennent sur le territoire sont susceptibles de s'intéresser au site.
- **Le taux d'accessibilité:** il dépendra de la signalétique mise en place et de la communication.
- **Le taux de retour:** un taux de 20% signifie que la personne revient tous les 5 ans dans l'équipement.

	Randonneurs de la Réserve Naturelle des Aiguilles Rouges	Scolaires		Itinérants (RN 506)	Touristes Pays Mont-Blanc	Résidents Pays Mont-Blanc	
		Haute Savoie	Région Lémanique				
Bassin de clientèle	140 000	139 000	150 000	130 000	550 000	60 000	
Taux de marché potentiel	95%	60%	50%	30%	50%	90%	
Taux d'information	90%	70%	50%	90%	90%	90%	
Taux d'intérêt	60%	30%	20%	30%	30%	30%	
Taux d'accessibilité	80%	40%	30%	90%	90%	90%	
Taux de retour	40%	40%	20%	10%	10%	10%	
<i>Taux de captation</i>	<i>16,4</i>	<i>2,0</i>	<i>0,3</i>	<i>0,7</i>	<i>10,0</i>	<i>10,0</i>	
Fréquentation estimée Totale	22982	2802	450	948	55000	6000	88182

Plusieurs éléments impactent fortement le niveau de fréquentation d'un équipement :

- Force du concept, son originalité, son caractère unique et réellement différenciant, le ludique pour donner envie d'aller plus loin
- L'investissement de départ pour créer la « masse critique »....et un investissement significatif sur le contenu de visite
- Impact de la communication
- Qualité et fréquence des animations proposées, politique événementielle...en haute et basse saison
- Notoriété de la destination, du site de la Réserve des Aiguilles Rouges et du col des Montets, l'attrait de la marque « produit vallée du Mont Blanc et/ou des Réserves Naturelles Nationales»
- Accessibilité
- Cadre paysager, intérêt du site naturel
- Tarification, politique de fidélisation
- Professionnalisme de la prestation (l'effet « bouche à oreilles »)
- Efficacité de la commercialisation et de la mise en réseau des sites
- L' « effet météo », à prendre en considération dans le cas d'un produit de plein-air: paramètre qui impacte la fréquentation et amène d'importants écarts dans les chiffres, en particulier en début et fin de saison



©PIMP

©PIMP

.....Ainsi, si ces conditions sont optimisées, la fréquentation de l'Espace des Aiguilles Rouges peut être fortement augmentée

2ème étape : la simulation de l'exploitation prévisionnelle à partir du potentiel de fréquentation

L'objectif est ici de présenter un compte de résultat prévisionnel ainsi que l'ensemble du raisonnement économique qui fonde le modèle possible :

Sont donc présentées différentes hypothèses:

- **Fréquentation du site sur 5 ans**
- **Fréquentation des activités payantes proposées**
- **Saisonnalité de la fréquentation**
- **La politique tarifaire proposée**
- **Une prévision de recettes prévisionnelles**
- **Le compte frais de personnel engendré par l'exploitation du site (calibré pour la fréquentation attendue)**
- **Le compte de résultat prévisionnel sur 5 ans**

3 hypothèses de fréquentation sont présentées :

- . **Pour 50 000 visiteurs (entrée payante)**
- . **Pour 70 000 visiteurs (entrée payante) et 70 000 visiteurs (entrée gratuite) => voir annexe 4**

Fréquentation prévisionnelle de l'Espace Aiguilles Rouges, pour 50 000 visiteurs en année 3

	2012		2013		2014		2015		2016	
Base	110%		107%		100%		105%		110%	
	<i>effet d'ouverture</i>			<i>année de référence</i>			<i>croissance régulière</i> (effets de la politique commerciale en particulier sur les groupes)			
Fréquentation totale en nb. visites		55 000		53 500		50 000		52 500		55 000
% croissance fréquentation n / n-1				-3%		-7%		5%		5%
INDIVIDUELS	75%	41 250	72%	38 520	70%	35 000	65%	34 125	65%	35 750
adultes	70%	28 875	70%	26 964	70%	24 500	70%	23 888	70%	25 025
enfants	30%	12 375	30%	11 556	30%	10 500	30%	10 238	30%	10 725
GROUPES	25%	13 750	28%	14 980	30%	15 000	35%	18 375	35%	19 250
adultes	75%	10 313	75%	11 235	75%	11 250	75%	13 781	75%	14 438
enfants	25%	3 438	25%	3 745	25%	3 750	25%	4 594	25%	4 813

L'année 3 constitue l'année de référence dans l'atteinte du potentiel de fréquentation de 50 000 visiteurs. Sur les premières années d'exploitation la part de la clientèle individuelle passe de 70% à 65 voire 60% de la fréquentation car le travail commercial sur les groupes affirme peu à peu son impact .

Fréquentation prévisionnelle : activités payantes proposées

Activité : **Sortie nature à la journée (cible Adultes)**

Le potentiel est initialement estimé pour 70 000 visiteurs sur les hypothèses suivantes :

Pour la 1^{ère} année d'exploitation

Pour des groupes de 10 à 15 personnes : hyp : 10 p. en moyenne

Accueil de groupes sur réservation. La prestation est facturée 25 €HT/personne et par jour

Ouverture de Mi Mai à Mi Septembre, soit 20 à 22 semaines, à raison de 3 groupes accueillis par semaine en moyenne

D'où une fréquentation globale estimée à 600 adultes/an...Ce potentiel est estimé à 80% pour 50 000 visiteurs/an, soit 480 adultes

	2012	2013	2014	2015	2016
Base					
	<i>année de référence</i>				
Progression de la fréquentation			10%	10%	10%
Sorties Nature					
adultes	480	528	581	639	703

Fréquentation prévisionnelle : activités payantes proposées

1. Activité : **Atelier/stage à la journée (cible Adultes/clubs sportifs)**

Le potentiel est initialement estimé pour 70 000 visiteurs sur les hypothèses suivantes :

Pour la 1^{ère} année d'exploitation

Pour des groupes de 25 personnes : hyp : 10 p. en moyenne

Accueil de groupes sur réservation. La prestation est facturée 30 €HT/personne et par jour

Accueil de 3 groupes par mois sur Mai, Juin, Juillet, Août, Septembre.

D'où une fréquentation globale estimée à 375 adultes/an....Ce potentiel est estimé à 90% pour 50 000 visiteurs/an, soit 338 adultes

2. Activité : **Atelier/stage à la journée (cible Centre aérés / enfants de 6 à 17 ans)**

Pour la 1^{ère} année d'exploitation

Pour des groupes de 14 personnes en moyenne (encadrants compris) en vacances scolaires

Accueil de groupes sur réservation durant les vacances scolaires (environ 21 semaines par an).

La prestation est facturée 20 €HT/enfant et par jour

Accueil de 3 groupes par semaine

D'où une fréquentation globale estimée à 588 enfants/an....Ce potentiel est estimé à 90% pour 50 000 visiteurs/an, soit 529 enfants

3. Activité : **Sorties scolaires (cible Primaire, Collèges, Lycées) / sortie journée avec pack activité (visite de l'EAR guidée + atelier nature + rando accompagnée + panier pique-nique)**

Pour la 1^{ère} année d'exploitation

1 bus = 40 personnes (encadrants compris)

3 groupes par mois sur Avril, Septembre, Octobre / 5 groupes par mois sur Mai, Juin

La prestation est facturée 15 €HT/enfant et par jour

D'où une fréquentation globale estimée à 880 enfants/an....Ce potentiel est estimé à 90% pour 50 000 visiteurs/an, soit 792 enfants

Fréquentation prévisionnelle : activités payantes proposées

Sur la base des hypothèses de la page précédente, la fréquentation prévisionnelle des activités payantes proposées se présente sous la forme suivante :

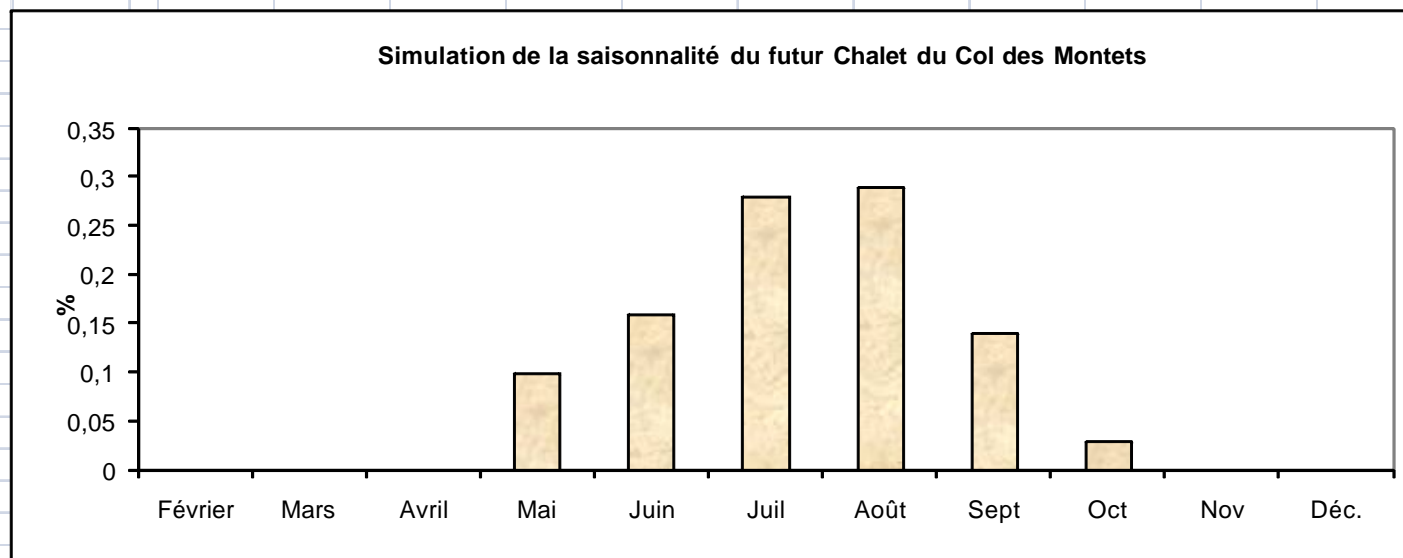
	2012	2013	2014	2015	2016
Base					
	<i>année de référence</i>				
Progression de la fréquentation					
Clubs sportifs	Progression fréquentation	5%	5%	5%	5%
adultes	338	354	372	391	410
Centres aérés	Progression fréquentation	8%	8%	10%	10%
Enfants	529	572	617	679	747
Sorties scolaires	Progression fréquentation	10%	10%	10%	10%
Enfants	792	871	958	1 054	1 160

Saisonnalité

L'ouverture de l'Espace des Aiguilles Rouges est assurée sur 5 à 6 mois du fait des contraintes d'altitude habituelles....Il concentre ainsi la fréquentation avec des taux journaliers importants sur Juillet et Août...qui nécessiteront la mobilisation d'une équipe nombreuse et qualifiée pour assurer une prestation professionnelle et ciblée quant au contenu proposé.

		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil	Août	Sept	Oct	Nov	Déc.
Répartition mensuelle (%)		fermé	fermé	fermé	fermé	10,0%	16,0%	28,0%	29,0%	14,0%	3,0%	fermé	fermé
						0%	0%	0%	0%	0%	0%		
Fréquentation de référence année 3	50 000	0	0	0	0	5 000	8 000	14 000	14 500	7 000	1 500	0	0
	en %	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	10,0%	16,0%	28,0%	29,0%	14,0%	3,0%	0,0%	0,0%

design day = 1,75 x (fréquentation moyenne journalière des 3 mois les plus fréquentés) : 692
 peak day = 2,5 x fréquentation moyenne journalière des deux mois les plus fréquentés : 1948
 FMI : Fréquentation maximale instantanée, estimée ici à : 60% du design day 415



Politique tarifaire

Entrée à l'Espace des Aiguilles Rouges	
entrée adulte individuel	5,00 €
entrée enfant individuel	3,50 €
entrée adulte groupe	4,00 €
entrée enfant groupe	2,50 €
Tarifs TTC (TVA à 5,5%)	

Le parti pris est ici de proposer une entrée payante qui valorise la qualité du contenu et de la prestation proposés....Pour autant, la grille tarifaire reste volontairement modeste comparée à d'autres sites touristiques.

Les publics, habitués à payer, devraient accepter cet effort d'autant plus facilement que l'offre sera ambitieuse et riche...et que la durée moyenne de visite sera plus élevée qu'aujourd'hui.

C'est une logique économique vertueuse pour dégager des ressources propres capables de pérenniser l'équipement.

Le billet d'entrée comprend le téléchargement de contenus smartphone ou MP3 via une borne située dans l'EAR

En option : location d'un appareil audioguide (avec géolocalisation) pour approfondir les thématiques développées sur les sentiers

Dans le cadre de la mission essentielle d'éducation à l'environnement, les sorties pédagogiques encadrées par un enseignant à destination du public scolaire durant le temps scolaire pourront être gratuites.

Calcul du billet moyen entrée à l'Espace Aiguilles Rouges					
type visiteur	répartition	nombre	prix TTC	prix HT	CA HT
2014					
adulte ind	49%	24 500	5,00 €	4,74 €	116 113,7 €
enfant ind	21%	10 500	3,50 €	3,32 €	34 834,1 €
adulte gpe	23%	11 250	4,00 €	3,79 €	42 654,0 €
enfant gpe	8%	3 750	2,50 €	2,37 €	8 886,3 €
total	100%	50 000			202 488,2 €
				billet moyen	4,05 €
				arrondi à	4,10 € TTC
Décomposition des recettes :					
Dépense moyenne					en TTC
Billet moyen entrée Centre			3,89	H.T.	TVA 5,5 % 4,10 €
Boutique			2,20	H.T.	TVA 19,6 % 2,63 €
Rest. Légère / nourriture & boissons			1,80	H.T.	TVA 19,6 % 2,15 €
			Total		8,88 €
Sorties Nature (balade & atelier)			25,08	H.T.	TVA 19,6 % 30,00 €
Clubs sportifs					
			30,00		net de tva 30,00 €
Centres aérés					
			20,00		net de tva 20,00 €
Sorties scolaires / pack 1/2 journée					
			15,00		net de tva 15,00 €

Recettes prévisionnelles

Ce tableau regroupe l'ensemble des recettes potentielles que pourrait générer le futur Espace des Aiguilles Rouges. Hormis, les activités billetterie et les activités payantes, la prévision table sur des recettes connexes de boutique et de restauration légère sur la base de ratios moyens plutôt modestes.

De même il est prévu un petit chiffre d'affaire événementiel calculé sur l'organisation de 4 manifestation par an pouvant attirer en moyenne 200 personnes pour une dépense moyenne de 10€/pers., soit un CA estimé à 8000 €/an. La marge pourrait représenter 25% du CA et s'établirait ainsi à 2000 €/an en 1^{ère} année

Exercices	2 013	2 014	2 015	2 016	2 017
Fréquentation "Espace Aiguilles Rouges"	55 000	53 500	50 000	52 500	55 000
Fréquentation Sorties Nature	480	528	581	639	703
Fréquentation Centres aérés	529	572	617	679	747
Fréquentation Clubs sportifs	338	354	372	391	410
Fréquentation Sorties scolaires	792	871	958	1 054	1 160
Chiffre d'affaires HT					
<i>Par visiteur</i>					
. Entrées au chalet Espace AR	3,89	3,96	4,04	4,12	4,21
. Boutique ventes aux visiteurs	2,20	2,24	2,29	2,33	2,38
. Rest. Légère / nourriture et boissons	1,80	1,84	1,87	1,91	1,95
<i>recette moyenne/visiteur</i>	<i>7,89</i>	<i>8,04</i>	<i>8,20</i>	<i>8,37</i>	<i>8,54</i>
<i>Sorties Nature - balade & atelier découverte</i>					
. Sorties Nature 1/2 journée	25,08	25,59	26,10	26,62	27,15
. Clubs sportifs	30,00	30,60	32,00	32,64	34,00
. Centre aérés	20,00	20,40	21,00	21,42	22,00
. Sorties scolaires	15,00	15,30	16,00	16,32	17,00
<i>CA cumul annuel</i>					
. CA Entrées Chalet Espace AR	213 744 €	212 073 €	202 163 €	216 517 €	231 363 €
. CA Boutique	121 000 €	120 054 €	114 444 €	122 570 €	130 974 €
. CA Rest. Légère / nourriture et boissons	99 000 €	98 226 €	93 636 €	100 284 €	107 161 €
. CA Sorties nature	12 040 €	13 509 €	15 157 €	17 006 €	19 081 €
. CA Clubs sportifs	10 125 €	10 844 €	11 907 €	12 752 €	13 948 €
. CA Centres aérés	10 584 €	11 659 €	12 962 €	14 544 €	16 431 €
. CA Sorties scolaires	11 880 €	13 329 €	15 333 €	17 204 €	19 713 €
Total	478 373	479 695	465 603	500 877	538 672
. CA Événementiel	2 000 €	2 200 €	2 420 €	2 662 €	2 928 €
TOTAL CA HT	480 373 €	481 895 €	468 023 €	503 539 €	541 600 €

Frais de personnel

Postes	nb.	temps de travail dédié	Brut/mois(€)	Nb. mois	Salaires	Charges	Total
<i>Management / Administratif / Commercial</i>							
Responsable d'exploitation polyvalence : administrative, management, commerciale, médiation conservation, accueil, billetterie, boutique, visite	1	100%	3 000 €	12	36 000 €	18 000 €	54 000 €
Assistant d'exploitation : polyvalence	1	50%	2 200 €	12	13 200 €	6 600 €	19 800 €
sous-total	2						73 800 €
<i>Visites et Animations</i>							
Médiateur / animateur (ateliers et visites)	2	100%	2 000 €	12	48 000 €	24 000 €	72 000 €
Animateur	3	50%	2 000 €	12	36 000 €	18 000 €	54 000 €
Saisonniers polyvalents	3	100%	1 400 €	5	21 000 €	10 500 €	31 500 €
sous-total	8						157 500 €
Total effectif et salaires		10			154 200 €	77 100 €	231 300 €
équivalent FF							1 517 328 F
Taux de charge : 50%							
Equivalent temps plein		6,3			Charges sociales patronales		77 100 €
					Charges sociales salariales		33 924 €
					CS patronales + salariales		111 024 €

L'estimation de l'équipe et des temps de travail nécessaires à l'accueil de 50 000 visiteurs et à l'offre qualifiée d'activités payantes correspond à 6.3 emplois équivalent temps plein, pour 10 contrats de travail, pour un montant d'environ 231 300 € par an. Dans cette prévision, 2 postes sont affectés à la structure à 50% (Assistant d'exploitation et animateurs), ce qui suppose que leur poste soit mutualisé sur d'autres activités.

Compte de résultat exprimé en K€

Le résultat brut d'exploitation RBE avant amortissement et frais financiers d'emprunt fait apparaître un bénéfice d'exploitation. Les postes de dépenses sont toutefois ajustés au plus bas...Il n'est pas possible par exemple dans ce budget de monter des expositions temporaires. Il est prévu cependant d'acheter ponctuellement de la prestation d'animation extérieure.

Hyp : Emprunt estimé à 30% de l'investissement de 2,3 M€ amortit sur 20 à un tx de 4%

Exercices	2 013	2 014	2 015	2 016	2 017
nb. de visites du Centre	55 000	53 500	50 000	52 500	55 000
Produits d'exploitation	en K€	en K€	en K€	en K€	en K€
. CA Entrées Chalet Espace AR	214	212	202	217	231
. CA Boutique	121	120	114	123	131
. CA Rest. Légère / nourriture et boissons	99	98	94	100	107
. CA Sorties nature	12	14	15	17	19
. CA Clubs sportifs	10	11	12	13	14
. CA Centres aérés	11	12	13	15	16
. CA Sorties scolaires	12	13	15	17	20
. CA Evenementiel	2	2	2	3	3
Total CA	480 €	482 €	468 €	504 €	542 €
Charges d'exploitation					
Achats marchandises	101	100	95	102	109
Autres achats et services extérieurs	26	26	27	27	28
Achat prestations animation	16	17	19	20	22
Marketing et Communication	48	39	37	40	43
Impôts et Taxes	14	15	15	15	16
Autres charges d'exploitation	15	16	16	16	17
total charges hors frais de personnel	220	212	209	221	234
	49%	47%	47%	47%	48%
Frais de personnel	231	236	241	245	250
	51%	53%	53%	53%	52%
Total Charges	451	448	450	467	485
Résultat brut d'exploitation en K€	29	34	18	37	57
Amortissement de l'investissement initial	35	35	35	35	35
Amortissement de renouvellement	pm	pm	pm	pm	pm
Frais financiers (emprunt 30%) / intérêts d'emprunt	7	7	7	7	7
Résultat brut en K€	-13	-8	-23	-5	15
Résultat net après impôts	-13	-8	-23	-5	15
MBA Marge brute d'Autofinancement	29	34	18	37	57
Taux de couverture des dépenses par les recettes	106%	108%	104%	108%	112%

Brève approche des retombées économiques possibles

1) S'agissant de l'investissement engagé pour la réalisation de l'Espace des Aiguilles Rouges

On estime que sur un investissement de quelque 2,7 M€ (études et honoraires compris), les retombées locales attendues peuvent s'élever à 1,4 M€. Autrement dit, près de 52% du montant de l'investissement est injecté dans l'économie locale.

2) S'agissant des dépenses générées par l'exploitation de l'Espace des Aiguilles Rouges

On estime que sur un budget d'exploitation d'environ 450 K€/an (frais de personnel compris), soit 4,5 M€ sur 10 ans, les retombées locales attendues peuvent s'élever à environ 2,9 M€ sur 10 ans. Autrement dit, 65% du montant des dépenses d'exploitation de l'équipement profite à l'économie locale.



COMMUNAUTÉ DE COMMUNES Vallée de Chamonix Mont-Blanc

**L'Espace
des Aiguilles Rouges**
Au col des Montets



VALLÉE DE CHAMONIX
MONT-BLANC



Compte de résultat prévisionnel
pour 70 000 visiteurs payants et 70 000 visiteurs gratuits



Compte de
résultat après
amortissement
70 000 vis.
Entrée payante

Exercices	2 013	2 014	2 015	2 016	2 017
nb. de visites du Centre	77 000	74 900	70 000	73 500	77 000
Produits d'exploitation	en K€	en K€	en K€	en K€	en K€
. CA Entrées Chalet Espace AR	299	297	283	303	324
. CA Boutique	169	168	160	172	183
. CA Rest. Légère / nourriture et boissons	139	138	131	140	150
. CA Sorties nature	15	17	19	21	24
. CA Clubs sportifs	11	12	13	14	15
. CA Centres aérés	12	13	14	16	18
. CA Sorties scolaires	13	15	17	19	22
. CA Evenementiel	2	2	2	3	3
Total CA	661 €	661 €	640 €	688 €	740 €
Charges d'exploitation					
Achats marchandises	141	140	133	143	153
Autres achats et services extérieurs	26	26	27	27	28
Achat prestations animation nature	16	17	19	20	22
Marketing et Communication	66	53	51	55	59
Impôts et Taxes	20	20	21	21	21
Autres charges d'exploitation	21	22	22	22	23
total charges hors frais de personnel	290	278	273	289	306
Frais de personnel	289	294	300	306	312
Total Charges	578	572	573	595	618
Résultat brut d'exploitation en K€	82	89	67	94	121
Amortissement de l'investissement initial	35	35	35	35	35
Amortissement de renouvellement	pm	pm	pm	pm	pm
Frais financiers (emprunt 30%) / intérêts d'emprunt	7	7	7	7	7
Résultat brut en K€	41	48	26	52	80

11 postes, pour
7.9 ETP



Hyp : Emprunt de 30%
d'un invest. de 2,3 M€
sur 20 ans (tx 4%)

Compte de
résultat après
amortissement
70 000 vis.
Entée gratuite

Exercices	2 013	2 014	2 015	2 016	2 017
nb. de visites du Centre	77 000	74 900	70 000	73 500	77 000
Produits d'exploitation	en K€	en K€	en K€	en K€	en K€
. CA Entrées Chalet Espace AR	0	0	0	0	0
. CA Boutique	169	168	160	172	183
. CA Rest. Légère / nourriture et boissons	139	138	131	140	150
. CA Sorties nature	15	17	19	21	24
. CA Clubs sportifs	11	12	13	14	15
. CA Centres aérés	12	13	14	16	18
. CA Sorties scolaires	13	15	17	19	22
. CA Evenementiel	2	2	2	3	3
Total CA	361 €	364 €	357 €	385 €	416 €
Charges d'exploitation					
Achats marchandises	141	140	133	143	153
Autres achats et services extérieurs	26	26	27	27	28
Achat prestations animation	16	17	19	20	22
Marketing et Communication	36	29	29	31	33
Impôts et Taxes	11	11	11	12	12
Autres charges d'exploitation	12	12	12	12	13
total charges hors frais de personnel	241	235	231	245	260
	50%	49%	48%	49%	50%
Frais de personnel	242	247	252	257	262
	50%	51%	52%	51%	50%
Total Charges	483	482	482	501	522
Résultat brut d'exploitation en K€	-122	-117	-125	-116	-106
Amortissement de l'investissement initial	35	35	35	35	35
Amortissement de renouvellement	pm	pm	pm	pm	pm
Frais financiers (emprunt 30%) / intérêts d'emprunt	7	7	7	7	7
Résultat brut en K€	-163	-159	-166	-157	-147

11 postes, pour
6.7 ETP ↔

Hyp : Emprunt de 30%
d'un invest. de 2,3 M€
sur 20 ans (tx 4%)



COMMUNAUTÉ DE COMMUNES Vallée de Chamonix Mont-Blanc

**L'Espace
des Aiguilles Rouges**
Au col des Montets

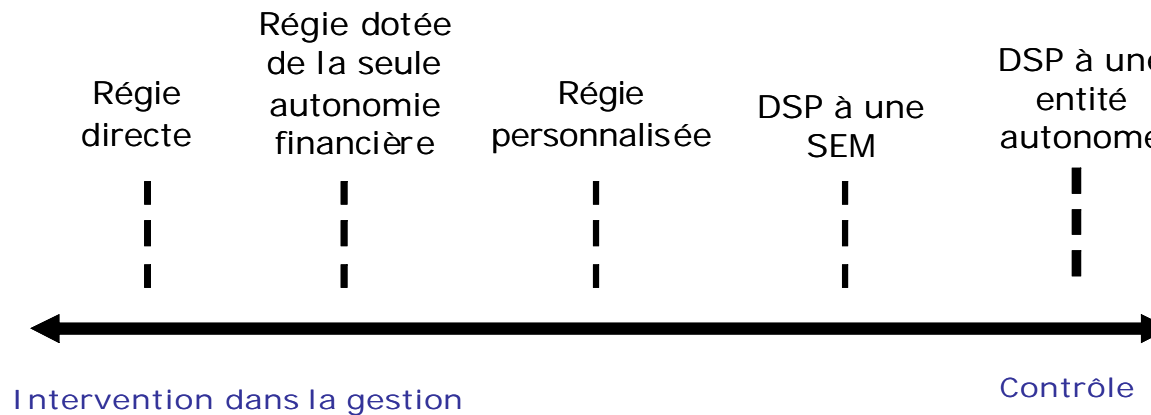


VALLÉE DE CHAMONIX
MONT-BLANC



6. Cadrage sur le montage juridique et de gestion possible

Montage juridique



Le schéma ci-dessus indique le choix qui s'offre à la collectivité entre une position très interventionniste dans la gestion du futur équipement et une position de contrôle à travers une entité délégué qui assume la responsabilité de l'exploitation et ses conséquences. Il existe une palette assez large de choix...et la collectivité a une responsabilité politique majeure dans ce choix qui somme toute reste réversible en fonctions des résultats obtenus.

L'une des questions essentielles à ce stade consiste à s'interroger sur le meilleur gestionnaire possible pour un équipement qui se doit dans l'ambition qu'il vise désormais de garantir un vrai professionnalisme tant en matière d'animation, de médiation que de gestion. La crédibilité de ce choix engage la collectivité et contribuera fortement à l'essor et au développement de l'Espace des Aiguilles Rouges.

Il semble aujourd'hui acquis que ***l'échelle Communauté de communes Vallée de Chamonix Mont-Blanc est Le bon niveau et l'outil le plus adapté pour gérer, promouvoir et commercialiser le territoire*** et répondre aux enjeux économique, touristique, patrimonial, d'image et d'éducation à l'environnement.





COMMUNAUTÉ DE COMMUNES Vallée de Chamonix Mont-Blanc

**L'Espace des
Aiguilles Rouges**
Au col des Montets



Ce schéma indique que la Communauté de communes reprend la compétence animation en milieu naturel et éducation à l'environnement

Gestion en Régie
directe, déléguée
ou DSP



L'Espace des Aiguilles Rouges

Au col des Montets de Mai à
Septembre

À Argentières ? D'Octobre à Avril

La Maison de l'Alpage

À Servoz ?

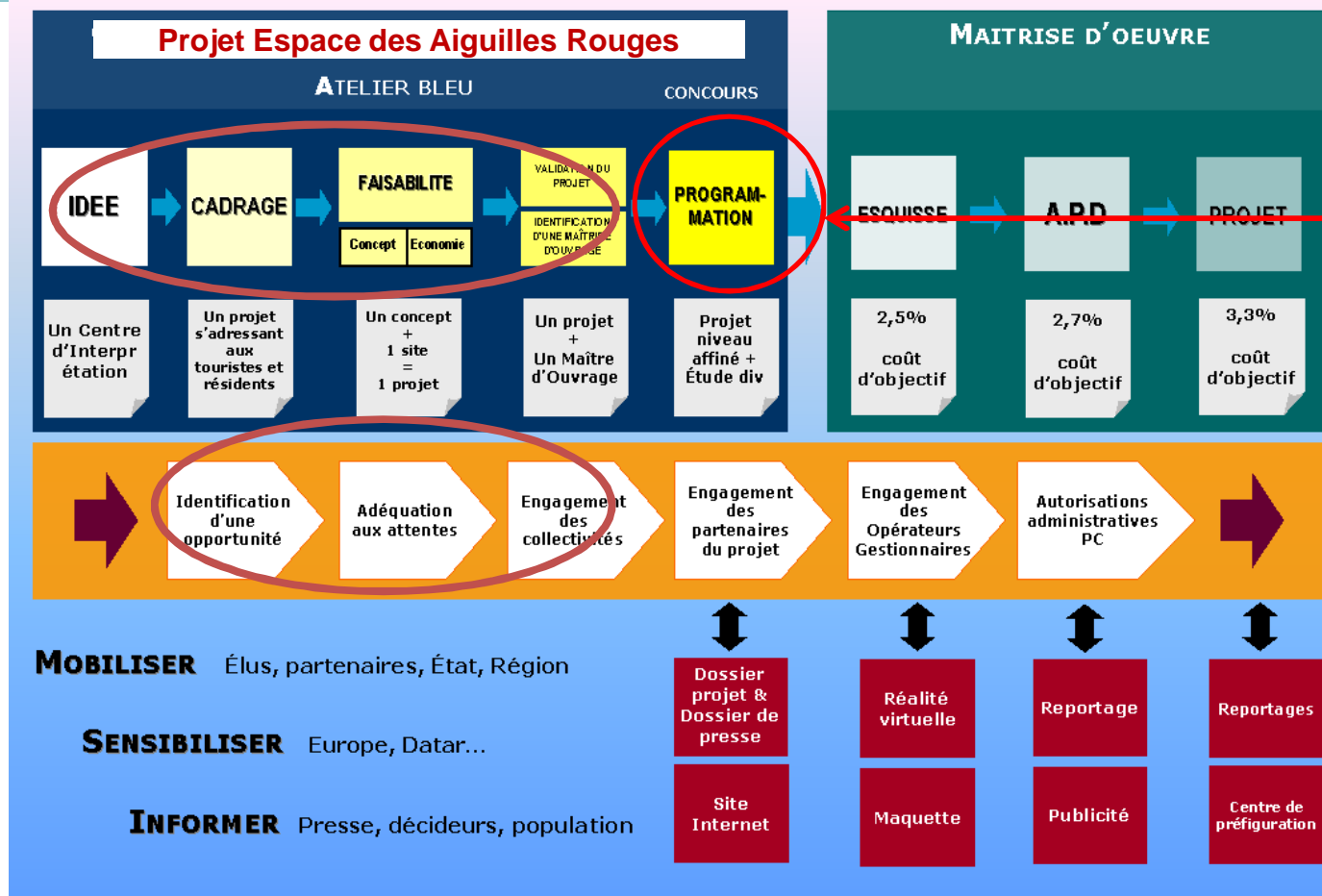


**Un comité de pilotage / conseil
scientifique : ARNAR, ASTERS,
Réseau Empreintes,...**



Lorsque la décision « politique » indiquera les attentes et objectifs en matière de missions et de résultats attendus, et de choix d'une entité gestionnaire, une étude juridique approfondie sera nécessaire pour rédiger le cadre de l'exploitation à venir et les responsabilités de chaque partie.

Et maintenant ?



Engager et gérer
2 calendriers :

1) **Programmation**
détaillée en 2011 et
désignation d'un maître
d'œuvre

2) fin 2011, définir
l'entité gestionnaire du
site Espace Aiguilles
Rouges ses moyens de
gestion et ses objectifs de
recettes propres

Parallèlement,

. Une cheville ouvrière
(suivi quotidien + exigence
éco touristique au long cour
du projet avec une
médiation de qualité + un
programme événementiel +
AMO ?)

. Quel tour de table :
financeurs et/ou
partenaires et mécènes

Ce schéma présente l'avancement de la réflexion autour du projet de réhabilitation du chalet du col des Montets. La présente étude a permis de poser les bases de la faisabilité et de la pré programmation d'un équipement ambitieux avec des moyens mobilisables à la mesure des collectivités concernées. Une étude de programmation détaillée reste à mener en concertation avec les acteurs publics et associatifs.



COMMUNAUTÉ DE COMMUNES Vallée de Chamonix Mont-Blanc



En guise de synthèse : la présente mission a tenté de cerner au plus près les opportunités et les conditions de faisabilité et de redynamisation du chalet du Col des Montets. Plus que jamais, cet équipement doit affirmer son statut de porte d'entrée de la Réserve Naturelle des Aiguilles Rouges et des réserves naturelles du Vallon de Bérard et de Carlaveyron.

Le projet de création d'un centre d'interprétation, objectif central de notre mission, est aujourd'hui cadré, calibré. Il répond à plusieurs attentes autour de la valorisation d'un site naturel fragile, riche et de grande qualité. Plus que la modernisation du chalet du Col des Montets, il est maintenant acquis qu'il faut changer d'échelle et d'ambition pour valoriser tout un territoire... Pour affirmer ce changement radical de braqué, et une volonté de mieux associer le vaste site naturel autour, un nom de projet a été proposé :

L'Espace des Aiguilles Rouges

Demain, cet équipement aura l'ambition et la capacité de proposer :

- . un accueil plus professionnel, pour tous les publics, mieux articulé avec la réserve
- . un meilleur équilibre entre Chamonix et Vallorcine au cœur du développement touristique de la Communauté de communes,
- . plus d'espaces de visite, avec un contenu plus spectaculaire, plus ludique, plus valorisant pour les réserves...avec au final un discours et une médiation clairement différenciées du massif de l'aiguille du midi
- . un réseau de sentiers, autour du chalet, plus dense, plus agréable et plus attractif...avec un boucle adaptée au public PMR
- . Un stationnement plus optimisé et plus sûr
- . Une offre mieux mise en synergie et en réseau avec l'offre de la vallée
- . Un fonctionnement de site touristique viable par la proposition d'un coût d'entrée et d'activités payants (avec l'objectif de ne pas dénaturer mais au contraire en renforcer le message et la mission pédagogiques originels)
- . Un investissement à la mesure des moyens mobilisables

Les « fondamentaux » sont désormais tracés....Une prochaine phase de programmation détaillée doit maintenant s'engager.



COMMUNAUTÉ DE COMMUNES Vallée de Chamonix Mont-Blanc

L'Espace des Aiguilles Rouges Au col des Montets



VALLÉE DE CHAMONIX
MONT-BLANC



ANNEXES

Annexe 1 : Expression des attentes et besoins

Annexe 2 : Le contexte touristique

Annexe 3 : Le pré-programme d'Espace des Aiguilles Rouges : les fiches espaces et sentier

Annexe 4 : Rappel de quelques préconisations du CAUE74 en 2003

Annexe 5 : Zoom sur les choix du parc du Mercantour



Annexe 1 Expression des attentes et besoins...

Thèmes de l'atelier du 12 Octobre

Comment voyez vous :

- Le **positionnement du chalet** dans l'offre Chamonix (quelle dominante : ludique, scientifique, muséal, ...)
 - un lieu essentiellement d'exposition ou un centre de ressources,...
 - d'abord comprendre ce qu'on voit (lecture des paysages) ou interpréter plus largement le site et révéler ce qu'on ne voit pas ?....
 - quelles complémentarités et quelle différenciation avec l'offre existante autour
- Pour quels **publics** ? quelle cible grand public viser : famille, randonnée, promenade, seniors, scolaires, groupe, passionnés
- Les **fonctions** du chalet : les priorités, le phasage possible, les extensions bâties possibles
- Les priorités en termes de **sécurité** de gestion des flux sur le site, d'**accès**, de **circulations**, de **stationnements**
- Les **différents sentiers pour différents publics** = plusieurs boucles pour seniors, amateurs, profanes, jeunes... autrement dit ceux qui marchent peu et qui s'éloignent peu du chalet, ceux qui aiment marcher, les randonneurs aguerris,...
- **La place de la technologie** dans le chalet, dans l'interactivité, sur des dispositifs embarqués à l'extérieur sur les sentiers
- **l'articulation thématique** avec autres équipements sur le thème de la montagne ?

Expression des attentes et besoins

De manière générale :

- . Réaffirmer la vocation historique => **Éducation gratuite à l'environnement** de tous les publics, comprendre les paysages, aimer pour respecter, pour donner envie de revenir
- . Faire valoir les **spécificités des Aiguilles Rouges** (...et avoir en tête que pour la majorité des visiteurs, aller dans la réserve des Aiguilles Rouges, c'est d'abord aller au col des Montets (On va dans le parc de la Vanoise pas dans la réserve des Aiguilles Rouges)
- . Mieux accueillir le **public touristique** : à la fois une obligation et un risque
- . Conforter le chalet du col des Montets comme **la porte d'entrée n° 1 de la réserve** :
 - qui reste le seul espace réellement protégé de la vallée (la vitrine d'une nature non encore abîmée par l'homme »)
 - au cœur d'un système plus global (Le Brévent est l'entrée n° 2).....donc vitrine d'une nature préservée
 - un lieu majeur dans la Com com de captation des flux et de **rediffusion sur le territoire**, donc l'espace central d'animation d'un réseau des sites de ce territoire
- . Aller **plus loin dans le message sur un comportement eco citoyen** dans les espaces sensibles => il faut protéger la montagne !
- . **Ne pas s'interdire de faire payer certaines prestations** qui ont une vraie valeur ajoutée

Expression des attentes et besoins

En terme de positionnement :

. **Différencier les équipements de la com com** par thème dominant, plus de lisibilité par un positionnement différencié, Au col des Montets :

- évoquer les thèmes de la faune, la flore, la géomorphologie, la géologie, les glaciers, les paysages...mais avec une **hiérarchie de traitement et de contenu** (ne pas oublier que **les glaciers c'est d'abord au Montenvers !**).
- traiter certains thèmes mais toujours renvoyer vers les sites principaux qui traitent le thème de manière approfondie (l'effet réseau !)

. **Expliquer les spécificités de la réserve des Aiguilles Rouges par rapport aux autres réserves** et valoriser ce magnifique balcon (mais pas le seul) sur le massif du Mont-Blanc => il faut protéger la montagne !Le chalet est un site où il **serait utile de valoriser le projet de territoire architecturé autour de 5 réserves naturelles** connectées entre elles.

. Se différencier nettement d'un musée traditionnel et revoir en particulier la présentation des animaux.

. S'interroger sur la **légitimité de l'accueil des chercheurs** au chalet ...n'est ce pas le rôle des labos de réserves....par contre valoriser au chalet le travail des chercheurs à travers un travail de vulgarisation grand public

. Proposer des **fonctions d'accueil et d'information** (un mini OT ?) et un **lieu d'exposition avec un renvoi** vers d'autres sites spécialisés du territoire)

Expression des attentes et besoins

En terme d'offre segmentée par public cible :

Distinguer 3 publics fréquentant le col des Montets :

- Public de passage => un lieu d'info touristique + info sur la réserve
- Public de destination
- Public de randonneurs, amateurs éclairés

S'agissant de la découverte extérieure :

. Il faut des boucles plus courtes, mieux signalisées

. **Valoriser le Côté Vallorcine** et bien expliquer au public ses spécificités notamment par différence avec le côté Chamonix :

- . Les paysages différents, roches sédimentaires
- . Lecture des avalanches
- . Qualité du Melezin
- . Présence de chamois

Expression des attentes et besoins

En terme de fonctions à offrir :

- ✓Expo permanente (aujourd'hui env. 300 m²)
- ✓Expo temporaire
- ✓Buvette
- ✓Boutique
- ✓Toilettes
- ✓Hall d'accueil / Info
- ✓Salle hors sac ? ou simplement un abri préau ?
- ✓À l'extérieur :
 - ✓des dispositifs d'information et d'orientation...type RIS (accessible hors saison et incitant à aller dans la Réserve)
 - ✓des stations de vision sur paysages près et autour du chalet (un dispositif mobile, réversible, pour parer aux avalanches)

RQ : Lorsque les fonctions seront validées (phase 2 de l'étude) et les surfaces estimées, il sera possible de conclure à la pertinence ou non d'une extension du bâtiment actuel. Mieux accueillir le visiteur passe en effet par un confort de circulations entre les espaces et dans les espaces qui peut aussi justifier un agrandissement du bâtiment.

Expression des attentes et besoins

En termes de sécurité, d'accès, de circulations, de stationnements

- Détourner la route vers « le dos de la baleine », ne pas traverser la route, de part et d'autre du chalet côté Vallorcine et côté Chamonix, supprimer l'effet « parking de supermarché »
- Réaliser des stationnements collés au site, pas au col, végétalisés, avec une aire côté Vallorcine sur voie désaffectée et une aire côté Chamonix (cf. préconisations du CAUE)
- **Traiter les abords du col** par une réflexion paysagère d'ensemble.

En termes de cheminements

- Concevoir des **sentiers de différentes durées, de différentes difficultés, sur différents thèmes**
- Proposer une **boucle courte pour PMR**
- Utiliser au mieux l'existant

Expression des attentes et besoins

S'agissant de la place de la technologie dans la future muséo/scénographie :

- Etre imaginatif, innovant, ne pas se censurer a priori
- L'utiliser pour créer de l'émotion, pour diversifier l'expérience vécue
- **Privilégier à l'extérieur une technologie individualisée, embarquée...**sans occulter les autres formes de médiation
- Eviter l'effet borne audio sur sentier (voir expérience décevante du sentier PMR au bout de lac d'Annecy)
- S'inspirer de la scénographie du Mont Avic (Google Earth) / et de la réflexion Virtual Visit of Alp (Alparc)
- Imaginer un dispositif qui **permette le « vrai faux direct »** (ex Web cam au lac blanc pour voir les bouquetins ou suivre des animaux dans leur migration)



Annexe 2 Le contexte touristique

L'offre et la fréquentation touristiques sur le territoire

LA HAUTE-SAVOIE: UN DEPARTEMENT FORTEMENT TOURISTIQUE

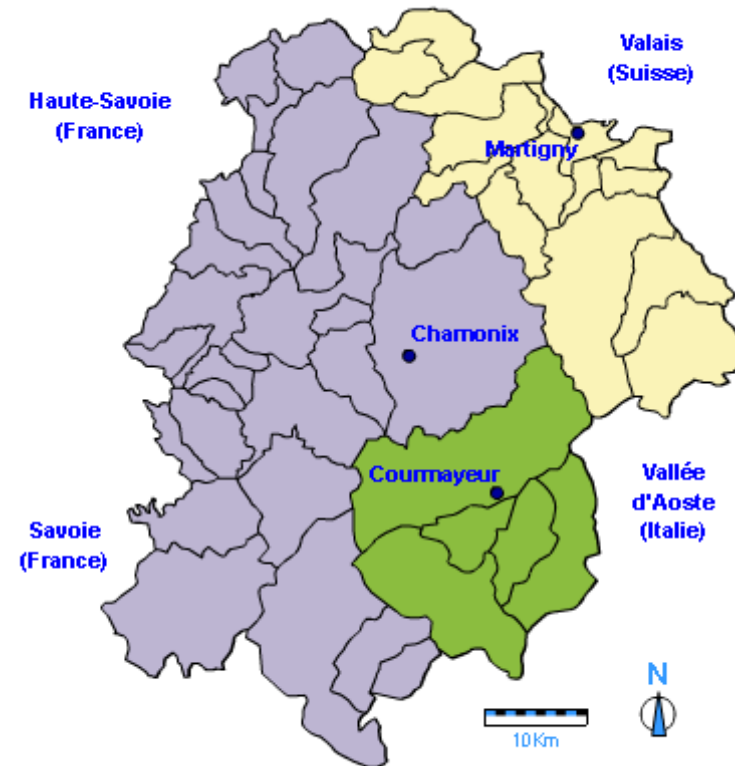


- 34,6 M de nuitées, dont 55% en hiver et 39% en été
- 26% de nuitées étrangères (dont Grande-Bretagne:29%, Pays-Bas:17%); 20% des nuitées dans la vallée de Chamonix
- Profil et pratiques de la clientèle française en Haute-Savoie
 - 47% de 50 ans et + en été; moins nombreux en hiver (36%)
 - Une destination de long séjour: 60% des séjours durent 4 nuits et plus
 - Durée moyenne de séjour en été: 7,5 nuits (en 2009)
 - La clientèle originaire d'Ile-de-France représente 40% des nuitées en Haute-Savoie pour la saison estivale 2009

L'offre et la fréquentation touristiques sur le territoire

LE TERRITOIRE DE L'ESPACE MONT-BLANC

- Un territoire à cheval sur 3 pays: France, Italie et Suisse
- 4 grands axes de communication routière
- 35 communes
- Environ 100 000 habitants



L'offre et la fréquentation touristiques sur le territoire

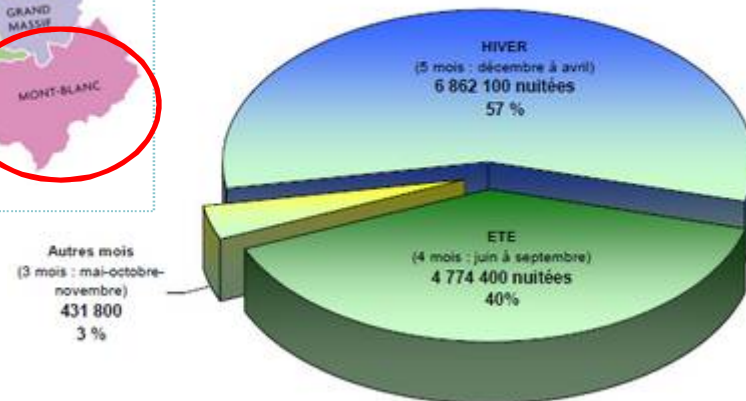
PAYS DU MONT-BLANC

- Pays du Mont-Blanc: la plus grande capacité d'accueil en nombre de lits sur le département Haute-Savoie
- Une baisse régulière de la fréquentation en été observée depuis 2003; une baisse stoppée en 2009 avec une progression de 5% par rapport à la fréquentation de 2008
- Le Pays du Mont-Blanc représente 48% des nuitées estivales des massifs de Haute-Savoie en 2009



FREQUENTATION TOURISTIQUE ANNUELLE 2009 DU PAYS DU MONT-BLANC

12.068.300 nuitées (de décembre 2008 à novembre 2009)



Source : B.E.T. François MARCHAND - Traitement Observatoire SMBT

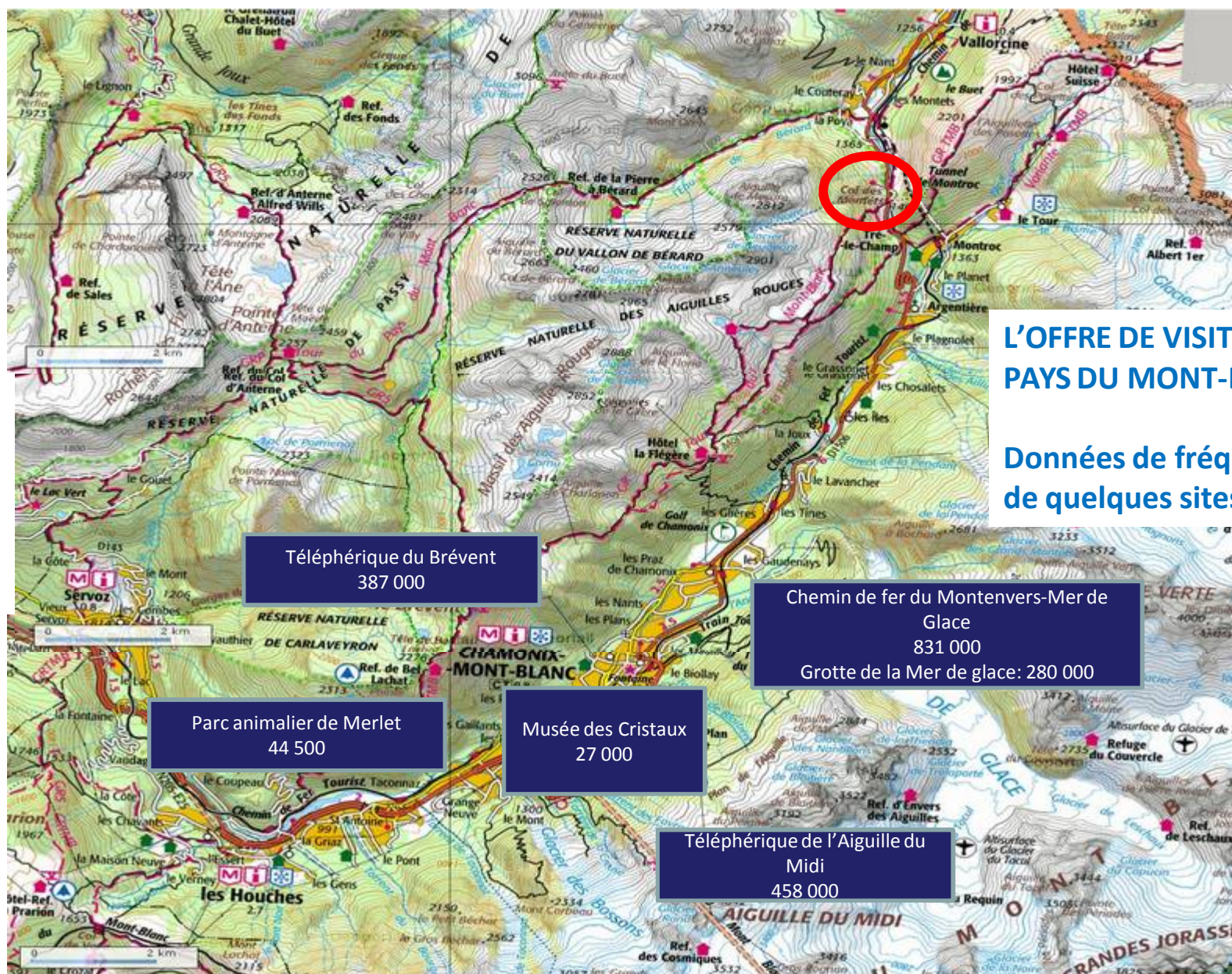
L'offre et la fréquentation touristiques sur le territoire

FREQUENTATION DES PRINCIPAUX SITES PAYANTS EN HAUTE-SAVOIE



Nom	Fréquentation (2007)
Chemin de fer du Montenvers-Mer de Glace	831 313
Téléphérique de l'Aiguille du Midi	458 625
Téléphérique du Brévent	387 126
Téléphérique du Salève	105 526
Musée du Château d'Annecy	87 111
Tramway du Mont-Blanc	84 000
Galerie des Gorges du Fier	77 463
Parc animalier de Merlet	44 574
Gorges du Pont du Diable	44 520
Jardin des 5 Sens	43 784

L'offre et la fréquentation touristiques sur le territoire



L'OFFRE DE VISITE DANS LE
PAYS DU MONT-BLANC

Données de fréquentation
de quelques sites

Les clientèles

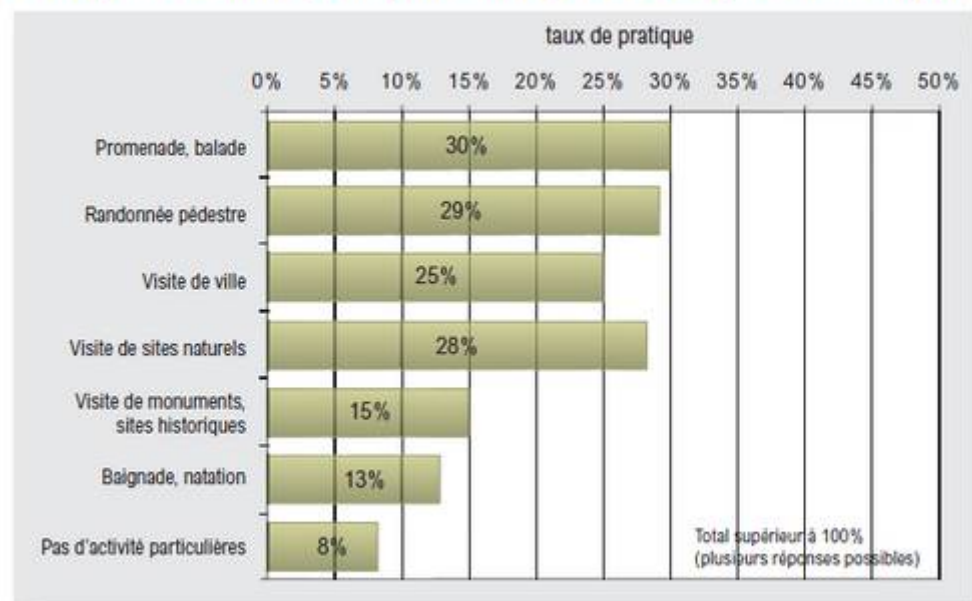
A- LES CLIENTELES DE MONTAGNE L'ETE: DES ATTENTES DIVERSES ET UN POTENTIEL DE CLIENTELE A CONQUERIR

- Baisse observée de la fréquentation de la montagne l'été
- Des attentes et des comportements divers mais tout de même de grandes tendances

Les 3 attentes principales des clientèles en montagne (les 3 R):

- *Rupture*
- *Retrouvailles*
- *Ressourcement*

Principales activités pratiquées l'été par les Français en montagne



Source : direction du Tourisme / SDT 2007

Les clientèles

A- LES CLIENTELES DE MONTAGNE L'ETE: DES ATTENTES DIVERSES ET UN POTENTIEL DE CLIENTELE A CONQUERIR

Les attentes de la clientèle potentielle de la montagne en été:

► *De la nature*

Une nature riche, des paysages majestueux...mais une nature qui doit être accessible, compréhensible

► *Du ludique*

Expression d'un besoin croissant d'activités ludiques; la crainte d'un manque d'activités accessibles: un frein psychologique à lever

► *Des prix abordables et des activités gratuites*

Des clientèles particulièrement sensibles aux prix: familles, jeunes adultes
Un frein potentiel lié à l'image du « tout payant » des vacances à la montagne

► *De la qualité et de la diversité dans l'offre proposée*

Une offre qui doit être adaptée à une clientèle de plus en plus exigeante (qualité de l'offre, confort, accessibilité, personnalisation, etc.) et qui n'hésite pas à « zapper », à pratiquer des activités très diverses au cours d'un même séjour
Attente d'une offre variée d'activités: une palette large, adaptée aux caractéristiques et à l'esprit de la montagne

Les clientèles

B- LES CLIENTELES DU SECTEUR DES AIGUILLES ROUGE (Réserve des Aiguilles Rouges, de Carlaveyron et du Vallon de Bérard)

- Les réserves naturelles de Haute-Savoie: un total de 390 000 visiteurs environ
- Une très forte fréquentation pédestre du secteur des Aiguilles Rouges: 137 000 randonneurs entre le 1^{er} juin et le 30 septembre, soit environ 35% de la fréquentation des réserves naturelles du département
- Deux accès privilégiés par les remontées mécaniques du Brévent et de la Flégère
- 3 /4 des visites pédestres donnant lieu à une entrée dans une des réserves naturelles
- Une fréquentation très saisonnière: 50% des flux concentrés sur la période mi-juillet/mi-août
- Des variations journalières dues à la météo

(Source: Détente-Consultants, 2001)

Les clientèles

B- LES CLIENTELES DU SECTEUR DES AIGUILLES ROUGE (Réserve des Aiguilles Rouges, de Carlaveyron et du Vallon de Bérard)

Profil de la clientèle:

- Un poids important des **visiteurs étrangers (23%)**, plus que dans les autres vallées
- Une part plutôt faible des **résidents de proximité (16%**, des excursionnistes à la journée essentiellement)
- Un âge moyen plutôt élevé (44 ans), une **faible proportion de jeunes**
- Une majorité d'hommes
- Une surreprésentation des **catégories sociales supérieures**
- Un **public moins familial** que dans les autres vallées
- Des **randonneurs à la journée (88%)**

(Source: Détente-Consultants, 2001)

Les clientèles

B- LES CLIENTELES DU SECTEUR DES AIGUILLES ROUGE (Réserve des Aiguilles Rouges, de Carlaveyron et du Vallon de Bérard)

Les comportements de séjour:

- Une population plus touristique et moins excursionniste que dans les autres vallées
- Les touristes en séjour sont hébergés à 85% à Chamonix
- Les sites de randonnée attirent assez peu les randonneurs des autres vallées, à l'exception du col des Montets.
- Une durée moyenne de séjour de 9,7 jours, avec une forte proportion de séjours d'une semaine au moins
- Prépondérance de la location et du camping dans le choix de l'hébergement
- Une clientèle davantage fidélisée que dans les autres vallées: 61% viennent régulièrement en été, 46% en hiver

(Source: Détente-Consultants, 2001)

Les clientèles

B- LES CLIENTELES DU SECTEUR DES AIGUILLES ROUGE (Réserve des Aiguilles Rouges, de Carlaveyron et du Vallon de Bérard)

Les comportements de visite:

- 3 /4 des visiteurs accèdent au site **en voiture**
- La prise de renseignement se fait par: les **conseils d'amis/proches**, les **cartes/topo-guides**, **OT/dépliant**
- Les motivations:
 - Avant tout **contempler les paysages: 84% des visiteurs (92% aux Montets)**
 - L'aspect **sportif (61%)**: des motivations sportives particulièrement évoquées au **col des Montets (67%)**
 - Visiter un **espace naturel protégé (26%)**
 - Observer les **animaux (14%)**
- Destinations: les lacs principalement (devant les sommets et les refuges). Le lac Blanc en particulier attire fortement les randonneurs à partir de Flégère et des Montets
- Taux de retour assez important



(Source: Détente-Consultants, 2001)

Les clientèles

B- LES CLIENTELES DU SECTEUR DES AIGUILLES ROUGE (Réserve des Aiguilles Rouges, de Carlaveyron et du Vallon de Bérard)

Perception de l'espace naturel protégé:

- 78% de citation de la réserve en spontané ou en assisté, avec une meilleure connaissance au col des Montets (90% des visiteurs identifient le type d'espace protégé)
- Un public connaissant la réglementation mais réglementation considérée comme insuffisamment respectée par 42% des randonneurs

Satisfaction des visiteurs:

- Une satisfaction globale, particulièrement vis-à-vis des paysages
- Éléments les plus appréciés: beauté des paysages, calme, bonnes conditions météo

Motifs d'insatisfaction:

- Surfréquentation à Flégère et au col des Montets (20%)
- Mauvais balisage des sentiers (22%)

(Source: Détente-Consultants, 2001)

Les clientèles

B- LES CLIENTELES DU SECTEUR DES AIGUILLES ROUGE (Réserve des Aiguilles Rouges, de Carlaveyron et du Vallon de Bérard)

Attentes exprimées:

- Intérêt du public pour les brochures d'information (en particulier de la part du public « naturaliste »)
- Moindre intérêt pour les panneaux d'information
- Sorties accompagnées par des guides/animateurs intéressant peu le grand public

(Source: Détente-Consultants, 2001)

Les clientèles

C- LES CLIENTELES DU CHALET DU COL DES MONTETS

Leur profil:


2 grandes catégories de clientèles observées:

- Les clientèles de destination et les clientèles de passage
- Individuels, petits groupes; familles dans une moindre mesure
- Poids important de la clientèle étrangère
- Groupes scolaires (environ 80 classes ou groupes d'enfants accueillis en 2009)
- Assez peu de clientèle de proximité
- 90% accèdent en voiture
- Viennent avant tout pour les paysages et la découverte d'un site naturel; puis prise d'information et halte sur un parcours; aspect sportif également important

Leurs itinéraires (source: Détente-Consultants, 2001) :

- 55% des marcheurs vont jusqu'au lac Blanc
- 13% viennent de la Flégère par le lac Blanc
- 2% poursuivent jusqu'au col du Belvédère
- 27% font la boucle de l'Aiguillette d'Argentière
- 4% sont des itinérants du tour du Mont-Blanc

Les clientèles

 Segments de clientèles actuellement peu représentés: à viser
  Segments de clientèles à développer

Segments	Objectifs recherchés	Attentes
Familles	Activités pour les enfants, activités adaptées à toute la famille	Disponibilité de l'information Moindre contrainte et organisation Souhait d'offres clés en mains Durée et difficulté de parcours adaptées Services annexes: boutique, sanitaires, buvette Prix adaptés
Individuels adultes sans enfant	Dépaysement, découverte Activités sportives	Qualité et personnalisation de l'information Autonomie dans la découverte Services annexes: sanitaires, boutique, buvette
Groupes seniors	Découverte, détente, balade	Informations touristiques (dépliants, cartes, etc.) Confort de visite Services annexes: boutique, sanitaires, buvette
Groupes scolaires	Apprentissage, découverte Adéquation avec les programmes, suivi pédagogique	Activités adaptées Services annexes: sanitaires Thématiques variées Accompagnement pédagogique
Jeunes adultes sans enfant	Activités, rencontres, convivialité, ambiance	Prix abordables Activités gratuites Echanges Autonomie



Annexe 3 Pré-programme : les fiches espaces et fiches sentier d'interprétation

Fiches espaces

LOCALISATION	RDC / SAS D'IMMERSION
THEMATIQUES	Introduction à la Réserve
SOUS-THEMATIQUES	Faune / flore / paysages de la Réserve
OUTILS DE MEDIATION	Projections images, photographies et films, évocations sonores
AMBIANCE SCENOGRAPHIQUE	<ul style="list-style-type: none"> - créer une rupture spatiale et mentale avec les références du monde extérieur. - Espace d'immersion thématique en pénombre, dans lequel le visiteur se glisse, se faufile. - Mosaïque d'images où les regards des animaux se portent sur le visiteur, évocations sonores liées à l'environnement : souffles, craquements, coup de tonnerre, chants, cris, sifflements qui simulent la présence des animaux tout proches. - L'ensemble est traité en images statiques et dynamiques : « fenêtres » de projection, visuels lumineux encastrés, écrans plasma incrustés dans les parois latérales, effets visuels furtifs et synchronisés, diverses sources sonores accompagnent ces animations graphiques...

Fiches espaces

LOCALISATION	SOUS-SOL (scénario 1) ou RDC (scénario 2)
THEMATIQUE	ETAGE MONTAGNARD
SOUS-THEMATIQUES	<ul style="list-style-type: none"> - Introduction : le principe de l'étagement climatique et de la végétation - Forêts : épicéas, mélèzes, aulnes, bouleaux, noisetiers - Les animaux emblématiques : chevreuil, coqs de bruyère...
OUTILS DE MEDIATION	<ul style="list-style-type: none"> - kiosque de découverte : chamois (écouter son sifflement chuintant, toucher un sabot pour le comparer avec celui du bouquetin, trouver l'âge et le sexe à partir d'une corne...) - illustration jeu avec système de glissière pour découvrir les caractéristique de chaque étage (géologie, faune, flore, climat...) - Belvédère sur terrasse (scénario 1) : bornes de lecture interactives des paysages, jumelles et longues-vues, panneaux en verre sérigraphiés venant se superposer sur les paysages
AMBIANCE SCENOGRAPHIQUE	- ambiance de forêt avec lumière filtrée



Fiches espaces

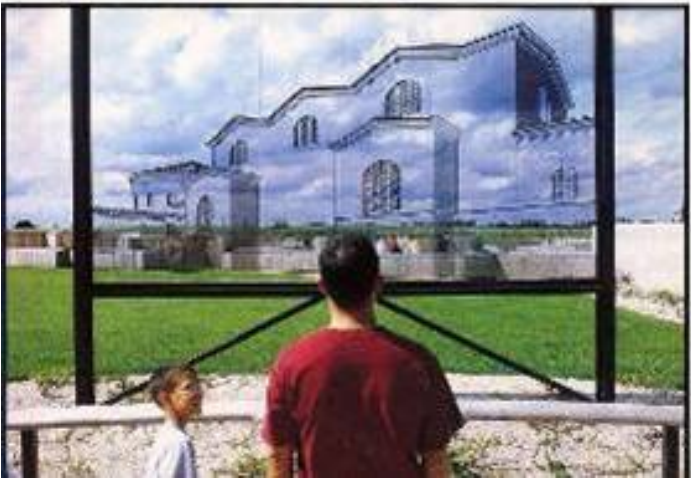


LOCALISATION	RDC (scénario 1) ou RDC (scénario 2)
THEMATIQUE	ETAGE SUBALPIN
SOUS-THEMATIQUES	<ul style="list-style-type: none"> - Forêt de conifères : épicéa, mélèze, pin sylvestre, pin à crochets, arole adret/ubac , le rôle du soleil - adaptation des animaux ombre/lumière - les animaux : mammifères (renard, martre,...), oiseaux (épervier, bec croisé, mésange boréale, tétras-lyre ...)
OUTILS DE MEDIATION	<ul style="list-style-type: none"> - kiosque de découverte : marmotte (écouter une marmotte respirer en hiver et son cri perçant, toucher une de ses incisives, maquette de la coupe d'un terrier véritable ville souterraine...), tétras-lyre (régime alimentaire, capacité de camouflage de la femelle, parades, igloo de nuit...) - casques pour écouter et reconnaître le chant des oiseaux - cônes de pin mangés : reconnaître qui a mangé ces cônes d'après leur forme, quelle technique employée ?... - Belvédère sur terrasse (scénario 1) : bornes de lecture interactives des paysages, jumelles et longues-vues, panneaux en verre sérigraphié venant se superposer sur les paysages
AMBIANCE SCENOGRAPHIQUE	<ul style="list-style-type: none"> - tapis multicolore de fleurs en été - forêt plus claire, landes, cirques glaciaires - contraste ombre/lumière

Fiches espaces

LOCALISATION	1 ^{er} ETAGE (scénarios 1 et 2)
THEMATIQUE	ETAGE ALPIN
SOUS-THEMATIQUES	<ul style="list-style-type: none"> - automne /hiver : - printemps /été : le réveil des marmottes, le retour des herbivores - la pelouse comme écosystème - Les animaux : mammifères (hermine, bouquetin, chamois, marmotte, musaraigne...), oiseaux (tétrasyre, lagopède, traquet motteux, niverolle, chocard, aigle, gypaète brbu...) - l'adaptation de la faune et de la flore aux conditions extrêmes : <ul style="list-style-type: none"> . lutter contre le froid : fourrure plus épaisse, enfouissement dans le sol, utilisation des stocks de graine cachés pendant l'été... . se déplacer : migration, repli vers les zones de moindre altitude... . adaptations physiques au milieu extrême : pattes larges du lièvre variable qui lui servent de « raquettes » dans la neige, pattes des lagopèdes qui se couvrent de plumes, hibernation de la marmotte... . La flore adaptée à l'altitude : minuartie faux orpin dont les racines forment une « éponge » qui retient l'humidité, plantes avec longues racines, arbres nains, lichens, la joubarbe à toile d'araignée.... . Les étonnants insectes des glaciers . Les poissons d'altitude : truite, omble du Canada, saumon de fontaine...
OUTILS DE MEDIATION	<ul style="list-style-type: none"> - toucher les fourrures des animaux - devinez à qui appartient ses traces dans la neige ? - manipulation pour montrer comment l'aulne souple plaque son tronc et ses branches au sol sous la neige puis qui se redresse au printemps - voir les multiples formes de cristaux de neige comme dans un microscope - un herbier en images à feuilleter - sur le balcon : panneaux montrant le panorama visible aux différentes saisons, longuevue des 4 saisons (voir le même animal et ses évolutions), panneau avec silhouette des oiseaux en vol pour les reconnaître dans le ciel - kiosque de découverte : bouquetin (sabot à toucher, déterminer son âge, régime alimentaire, la journée d'un bouquetin, carte de répartition des bouquetins dans la Réserve...
AMBIANCE SCENOGRAPHIQUE	- grandes étendues herbeuses des pelouses, minérale, lumière froide, contraste de la lumière selon les saisons

Fiches espaces



Map painting

Mire de vision



Fiches sentier

LOCALISATION	SENTIER COTE COL DES MONTETS (dans zone ancienne borne 1)
THEMATIQUE	L'histoire du col de Montets, hier et aujourd'hui
SOUS - THEMATIQUES	<ul style="list-style-type: none">- Une zone de passage : des hommes, des troupeaux, des animaux, de la neige de l'eau, du vent- La flore : indicatrice des anciens usages du site (pâturages)
SUPPORTS DE MEDIATION	- station d'interprétation sous forme de bâches imprimées : textes, photographies, illustrations, schémas, cartes postales anciennes
COMMENTAIRES AUDIO	<ul style="list-style-type: none">- approfondissement des sous-thématiques- intégration de témoignages d'habitants de la vallée

Fiches espaces

LOCALISATION	SENTIER COTE COL DES MONTETS (lac des Jorattets)
THEMATIQUES	L'eau dans la Réserve
SOUS-THEMATIQUES	<ul style="list-style-type: none">- L'eau sur le col (fonte des neiges, sources, pluies, ruisseaux)- Les lacs de la Réserve- La Faune et flore des lacs- L'utilisation des lacs par l'homme pour fournir de l'énergie (barrage, captage, usine hydroélectrique souterraine)
SUPPORTS DE MEDIATION	- station d'interprétation sous forme de bâches imprimées : textes, photographies, illustrations, schémas...
COMMENTAIRES AUDIO	<ul style="list-style-type: none">- approfondissement des sous-thématiques- intégrer témoignages (scientifiques, techniciens)

Fiches espaces

LOCALISATION	SENTIER COTE COL DES MONTETS (dans zone ancienne borne 8)
THEMATIQUES	Les glaciers
SOUS-THEMATIQUES	<ul style="list-style-type: none">- Panorama des glaciers : d'Argentière, du Tour- Lecture dans le paysage des traces du travail d'érosion des glaciers (formes émoussées, stries et cannelures, blocs de granite vestige d'ancienne moraine glaciaire)
SUPPORTS DE MEDIATION	<ul style="list-style-type: none">- station d'interprétation sous forme de bâches imprimées : textes, photographies, illustrations, schémas...
COMMENTAIRE AUDIO	<ul style="list-style-type: none">- approfondissement des sous-thématiques- intégration de témoignages (scientifiques, alpinistes)

Fiches espaces

LOCALISATION	SENTIER COL DES MONTETS (localisation à déterminer)
THEMATIQUE	Le climat (glace, vent, soleil, pluie, gel, dégel...)
SOUS-THEMATIQUES	- influence sur les reliefs et la végétation (reptation, arbres décapités...)
SUPPORTS DE MEDIATION	station d'interprétation sous forme de bâches imprimées et déclinée sur le principe d'une station météo : textes, photographies, illustrations, schémas...
COMMENTAIRE AUDIO	- approfondissement des sous-thématiques - intégration de témoignages (habitants de la Vallée, spécialistes de la météo)

Fiches espaces

LOCALISATION	NOUVEAU SENTIER COTE VALLEE DE VALLORCINE
THEMATIQUE	Les avalanches
SOUS-THEMATIQUES	<ul style="list-style-type: none"> - Lecture du paysage : couloirs d'avalanche - les 3 types d'avalanches : de plaque, de poudreuse, de printemps - drapeaux de signalisation des avalanches
SUPPORTS DE MEDIATION	- station d'interprétation sous forme de bâches imprimées : textes, photographies, illustrations, schémas
COMMENTAIRES AUDIO	<ul style="list-style-type: none"> - approfondissement des sous-thématiques - intégration de témoignages (scientifiques, professionnels de la montagne)

LOCALISATION	NOUVEAU SENTIER COTE VALLEE DE VALLORCINE
THEMATIQUE	La forêt
SOUS - THEMATIQUES	<ul style="list-style-type: none"> - les caractéristiques du mélèze (racines profondes, résistance au vent...) - Les épicéas - La lutte épicéas/mélèzes - Observation de la forme des troncs des arbres en relation le climat (neige et vent) - l'histoire de son utilisation par l'homme pour le bois de chauffage et la construction (la « larze ») - les relations forêts/avalanches - la gestion de la forêt
SUPPORTS DE MEDIATION	- station d'interprétation sous forme de bâches imprimées : textes, photographies, illustrations, schémas
COMMENTAIRES AUDI	<ul style="list-style-type: none"> - approfondissement des sous-thématiques - intégration de témoignages (témoignages des habitants de la vallée, techniciens de la gestion de la forêt)

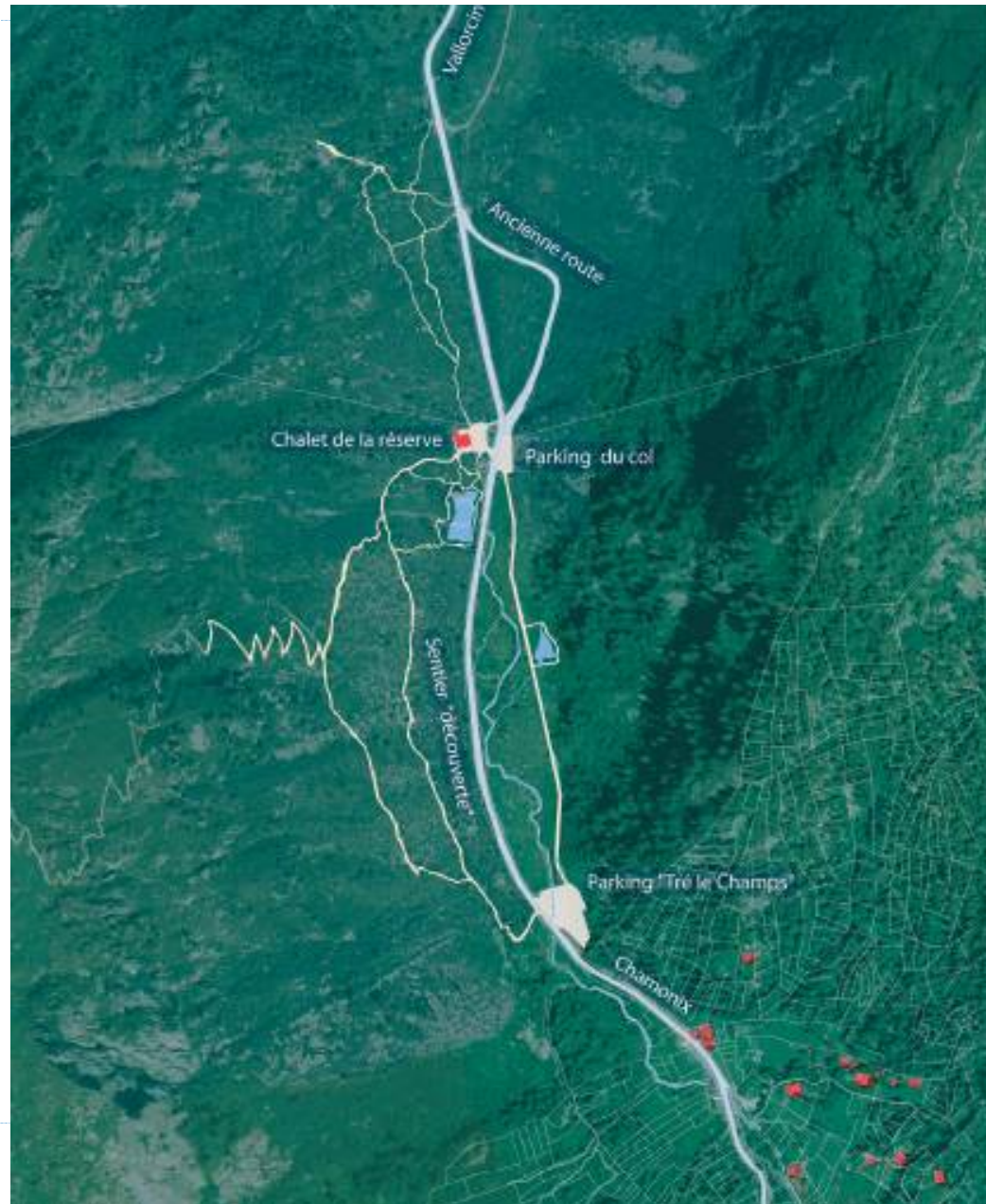


Annexe 4 Rappel de quelques préconisations du CAUE74 en 2003

Les aménagements possibles autour du chalet

Les préconisations
du CAUE74

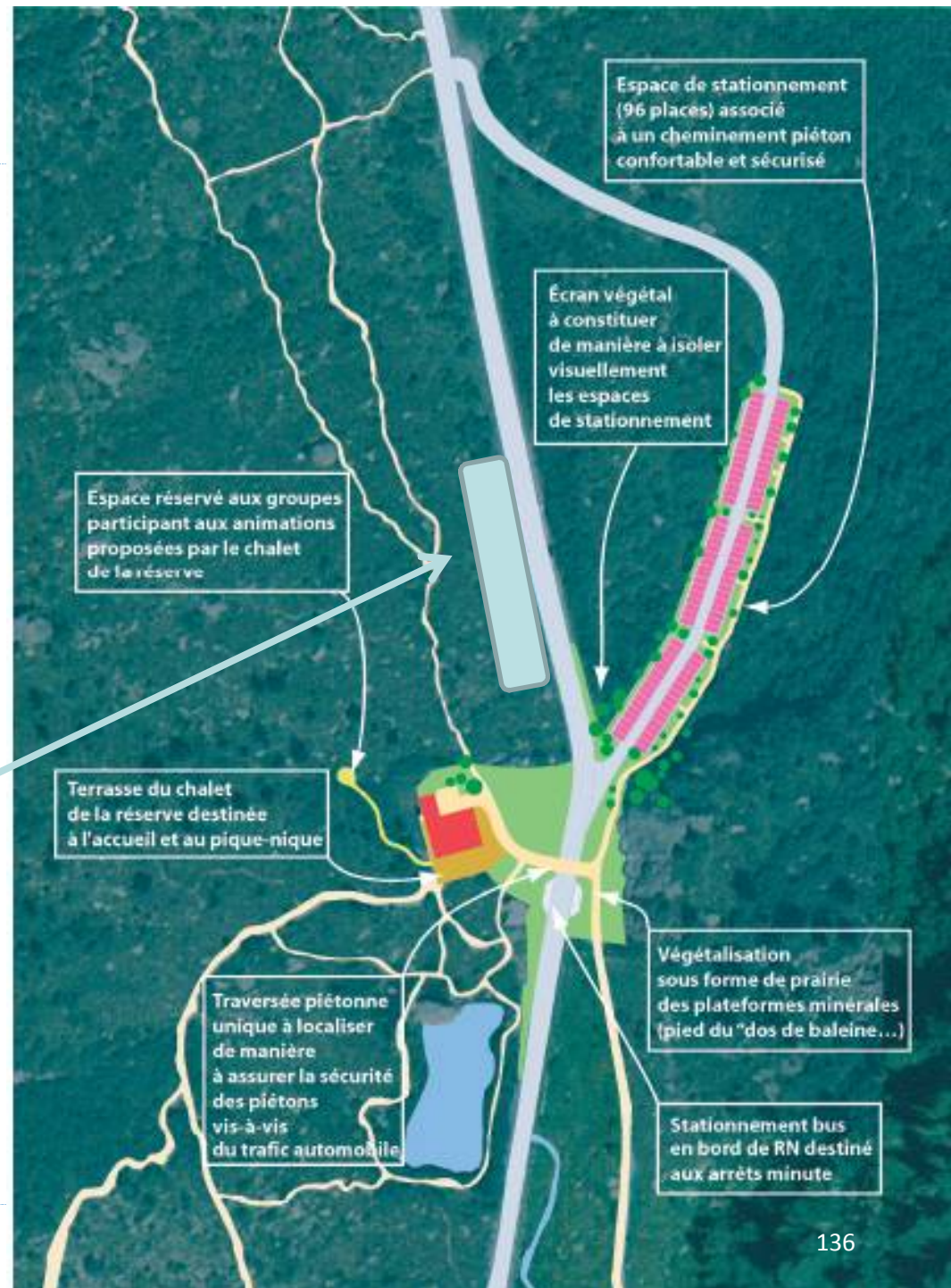
Etat des lieux



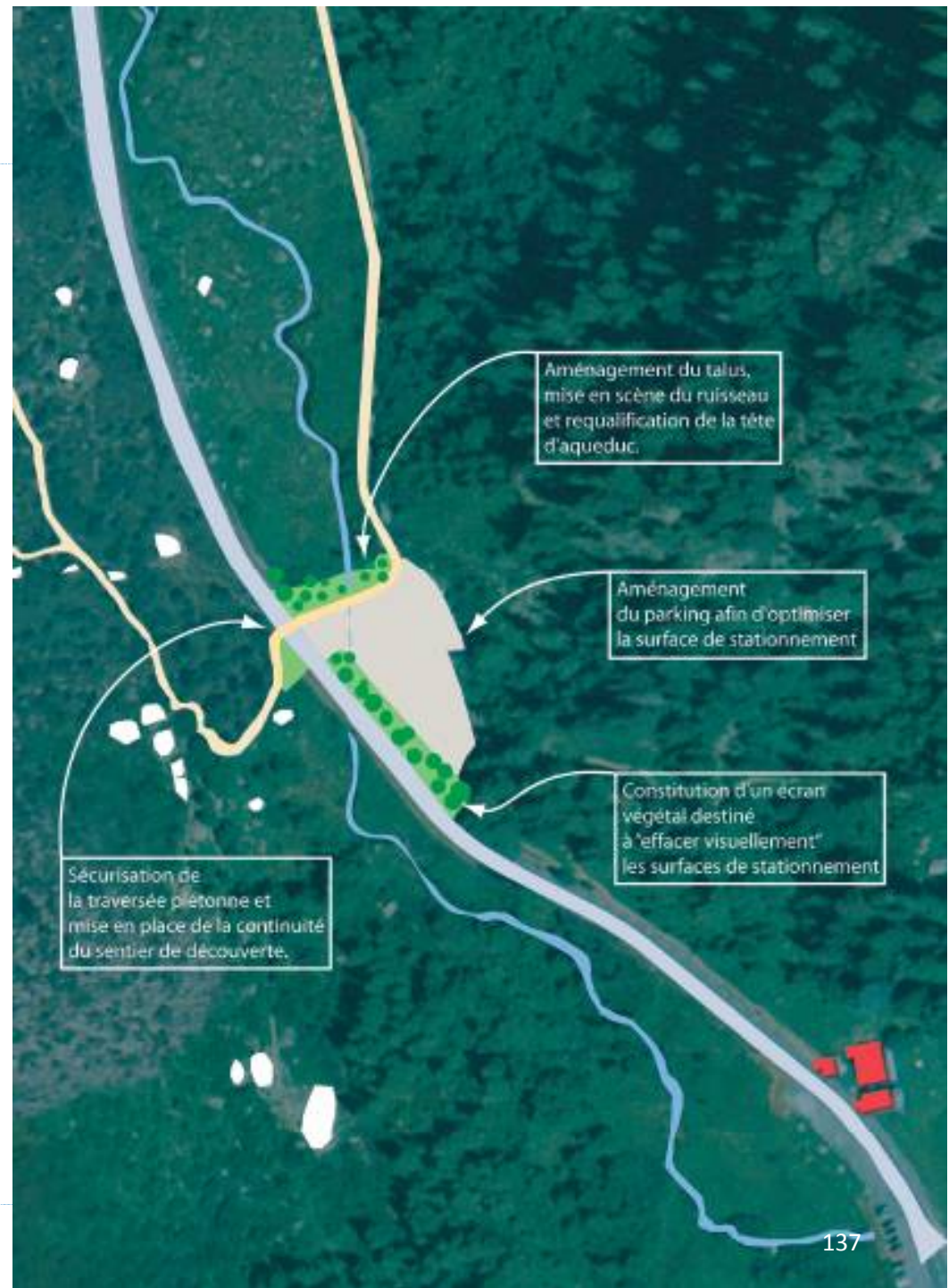
Les principes d'aménagements du col (CAUE74 – 2003)

Réalisation d'un espace de stationnement au niveau de l'ancienne route => approche financière 178 K€

Notre préconisation à ce stade :
Pourquoi pas une aire de stationnement végétalisée située côté Vallorcine et chalet du Col ?.....surtout pour éviter que le public ne traverse la route ? (une solution est à trouver avec le CG74 direction de la voirie et des transports)



Les principes
d'aménagements de Tré le Champs
(CAUE74 – 2003)





Annexe 5 Les choix du Parc du Mercantour

Zoom sur les choix du Parc du Mercantour

Le parc du Mercantour a choisi de moderniser ses promenades. Cela correspondait aussi à un besoin, celui de forcer les visiteurs à s'écarter à plus de vingt minutes de leur voiture. *"Beaucoup d'entre eux sont des locaux. Ils ne voient donc pas toujours l'intérêt de s'aventurer plus loin que d'habitude"*,

Par sa simplicité d'utilisation et son interactivité, le guide numérique les incite à explorer cet immense havre de nature. Le modèle de guide numérique du parc des Alpes-Maritimes a été élaboré à partir d'un concept utilisé sur une structure suisse de même nature. Le système fonctionne sur un mode GPS, c'est-à-dire qu'il offre du contenu en fonction de la position du promeneur.

Chez les helvètes, il faut se promener avec un Smartphone et l'interroger si l'on veut être informé. *"Chaque terminal est, ici, en plus connectable - via le GPRS - à internet, ce qui permet des mises à jour à distance des matériels, bien sûr, mais également des échanges de données - textes comme images - entre les utilisateurs"*

Camineo, la société conceptrice de la solution et fournisseur des deux parcs.

Dans le Mercantour, c'est un PDA (loué dix euros la journée) qui vous promène et vous informe. En l'espèce, le contenu du terminal est autonome. Pas question, alors, de le mettre à jour autrement qu'en le connectant à un ordinateur. Aux points d'intérêt (faune, flore ou activité humaine...), le PDA émet un son (un cri de casse-noix moucheté en l'occurrence) et présente une information ou un quiz. Aujourd'hui limité à quatre circuits et à une base de données de 250 espèces animales et végétales, ce guide numérique est appelé à évoluer.

Pour s'équiper de tels guides, le parc national du Mercantour n'a dû investir ni en formation ni en aménagements spécifiques. *"Quels que soient les appareils, la création et la gestion des contenus s'opère à partir d'un PC basique et d'une application - simple d'emploi - qui fonctionnent sous Windows XP"*,

Les guides numériques s'inscrivent parfaitement dans une démarche de tourisme durable et de respect de l'environnement car ils évitent la multiplication des panneaux d'information et la prolifération des tracts dans les allées des parcs.

Les guides numériques n'ont, en plus, besoin d'aucune borne ou antenne pour fonctionner.

Budget global de la solution, incluant 40 PDA : 120 000 euros.