



Programme Interreg-Alcotra 2014-2020 n°427

TourScience–Développement du tourisme scientifique autour du Mont-Blanc et en Vallée d'Aoste



BILAN FINAL D'ACTIVITE DU CREA MONT-BLANC JANVIER 2015–SEPTEMBRE 2017

Objectifs

L'objectif du projet était de créer une offre touristique qui s'appuie sur l'observation scientifique du changement climatique pour valoriser le patrimoine naturel du Mont-Blanc et de la Vallée d'Aoste :

- Élaborer et tester une sélection de produits d'éco-tourisme scientifique innovants et répliquables
- Valoriser le territoire auprès des visiteurs à travers sa recherche scientifique et ses chercheurs
- Faire du changement climatique une opportunité de sensibilisation et d'implication de la clientèle touristique

Pour le CREA Mont-Blanc, l'objectif était de tester la possibilité de croiser la démarche de science participative avec une démarche touristique. Le CREA Mont-Blanc s'est donc attaché à tester et développer des produits de volontariat scientifique, en coordination avec l'ARPA et Torgnon qui ont, eux, testé d'autres formes d'éco-tourisme scientifique (sentier d'interprétation et randonnées thématiques accompagnées).

Différentes formes de tourisme scientifique

Le tourisme scientifique met l'accent sur l'expérience, la recherche de sens dans le voyage, la rencontre d'un territoire et d'acteurs ou l'acquisition d'une compétence scientifique par le visiteur (learning travel). Il est en général dans la mouvance du développement durable, environnemental et social, et est donc souvent qualifié d'éco-tourisme. Plusieurs formes de tourisme scientifique émergent progressivement¹, certaines que le projet TourScience a exploré:

- Le tourisme culturel à contenu scientifique, avec deux déclinaisons :
 - l'une bénéficiant d'une médiation scientifique donc d'un encadrement (chercheurs ou le plus souvent animateurs formés spécialement à la question scientifique abordée), par exemple lors de randonnées thématiques (sur le climat ou le cycle des saisons pour la faune et la flore - la « phénologie ») testées par la Commune de Torgnon et par le CREA Mont-Blanc
 - l'autre où le touriste parcourt en autonomie des circuits d'interprétation à fort contenu scientifique. La Commune de Torgnon a mis en place un sentier pédagogique de ce type

Dans les deux cas, l'interprétation scientifique est partie intégrante de l'offre. La connaissance scientifique doit être acquise au préalable et mise à jour constamment sous forme vulgarisée.

- Le volontariat scientifique

Cette forme de tourisme scientifique propose une implication directe et active du touriste-bénévole dans l'activité de recherche scientifique, encadré par des chercheurs. Le volontaire participe à la récolte des données, voire est associé à l'élaboration du protocole, et au traitement des données.

Si les séjours de volontariat sont très développés dans le monde anglo-saxon sur des projets humanitaires ou de conservation d'espaces naturels, il existe une offre très réduite en ce qui concerne le volontariat scientifique, et est quasiment inexistante en France. Le principe de ces séjours est que le participant paie son séjour comme tout autre séjour touristique (voire plus cher) et « travaille » aux côtés de l'ONG organisatrice dans une démarche de bénévolat. Le volontaire est intéressé par l'apport en connaissances qu'il en retire, et par la satisfaction de participer à un projet associatif et collectif.

¹Le tourisme scientifique : un essai de définition - Pascal MAO et Fabien BOURLON – Téoros 30 – 2 - 2011

L'objectif du CREA Mont-Blanc, porteur depuis longtemps d'une démarche de science participative était de tester le volontariat scientifique et dans une moindre mesure les randonnées thématiques. Les produits testés répondaient à 3 critères définis dans le contexte de l'activité du CREA Mont-Blanc :

- **Critère scientifique** : le produit est-il à même de rapporter des données de terrain de qualité pour l'Atlas du Mont-Blanc (compétence des participants) ?
- **Critère financier** : (i) le produit proposé permet-il de générer une marge suffisante pour financer les activités du CREA Mont-Blanc tout au long de l'année ? (ii) le marketing et la logistique du produit (organisation, mobilisation de l'équipe de chercheurs) présentent-ils des coûts permettant de maximiser les revenus ?
- **Critère pédagogique** : le produit permet-il de sensibiliser les participants à la démarche scientifique et à l'écologie de montagne ?

Produits testés par le CREA Mont-Blanc

Le CREA Mont-Blanc a travaillé sur 5 différents « produits » de tourisme scientifique au cours du projet

Semaine de volontariat d'une semaine pour adultes francophones

Les volontaires accompagnés de chercheurs et/ou d'accompagnateurs en montagne selon les jours relèvent des données qui sont ajoutées à l'Atlas du Mont-Blanc. Ils participent aussi au tri et à la gestion des données et reçoivent des informations sur le changement climatique et le fonctionnement des écosystèmes de montagne. Le public attiré par ces séjours est soit lointain (Ouest de la France, Belgique, Côte d'Azur) soit très proche (Haute Savoie et souvent Vallée de Chamonix). Tous ont une expérience en randonnée, plus ou moins importante, sont très intéressés par la nature mais n'ont la plupart du temps aucune connaissance préalable. Ils sont tous sensibilisés au changement climatique et pour nombre d'entre eux, ils souhaitent participer à une « cause d'intérêt général », qu'elle soit scientifique ou la participation à un projet associatif.

Critères : scientifique : ++ / financier : ++ / pédagogique : ++

Conclusion et perspectives pour le CREA Mont-Blanc : le public pour ces séjours existe, il est extrêmement motivé et plaisant à encadrer. Le CREA Mont-Blanc a démontré sa capacité à satisfaire les participants tant sur l'expérience scientifique/pédagogique que sur l'expérience associative. Le marketing est un obstacle majeur pour le CREA Mont-Blanc car le marché est très fragmenté (local/national + répondant autant à travers la presse que les clubs de randonnée que les réseaux sociaux). La défiscalisation des séjours (les participants s'engagent directement auprès d'une association) est une condition indispensable pour la viabilité du produit. Le CREA Mont-Blanc va chercher dans les années à venir à toucher des groupes pré-constitués (entreprises, clubs, etc.) car la démarche marketing est trop lourde et trop éloignée des missions premières du CREA Mont-Blanc.

Semaine de volontariat d'une semaine pour adultes anglophones (*Scientific Adventures in the Alps*)

Un programme type a été élaboré (similaire aux séjours francophones) et une étude de marché conduite auprès des clubs de randonnée américains. La clientèle visée est aisée, éventuellement habituée du volontariat, randonneuse ou affiliée à des associations naturalistes.

Critères : scientifique : ++ / financier : +++ / pédagogique : ++

Conclusion et perspectives pour le CREA Mont-Blanc : Ces séjours n'ont pas été testés à ce jour faute de temps mais également car toucher un public fragmenté (randonneurs individuels) dans un pays étranger dépasse les compétences marketing du CREA Mont-Blanc.

Week-end francophones de volontariat en famille.

Sur deux jours, les adultes et enfants à partir de 7 ans peuvent participer à des suivis très simples de la faune. Ils sont encadrés par des accompagnateurs formés et non par les chercheurs. Les participants aux deux WE étaient intéressés par le fait d'en apprendre plus sur la montagne et de vivre une expérience différente dans ce milieu.

Critères : scientifique : + / financier : ++ / pédagogique : +++

Conclusion et perspectives pour le CREA Mont-Blanc : la demande pour ces séjours est forte et des participants facilement mobilisables. L'absence de défiscalisation sur ces séjours (difficilement assimilables à un appui à l'association car les relevés scientifiques sont limités) rend ces produits moins intéressants pour le CREA Mont-Blanc. Une perspective future pour le CREA Mont-Blanc serait de labelliser ces séjours diffusés par des tour-opérateurs spécialisés, de garantir la qualité du contenu et la formation des accompagnateurs en échange d'une rémunération.

Séjour d'études pour étudiants anglophones (*Climate Science in Chamonix*).

Ce produit d'une durée de 1 à 3 semaines est à destination d'étudiants de licence et master encadrés par leurs professeurs. Ces séjours de « *study abroad* » comptent pour les étudiants dans l'obtention de leur diplôme et sont donc évalués par leurs professeurs. Ceux-ci dispensent des cours théoriques et orientent les travaux pratiques et le CREA Mont-Blanc fournit des travaux pratiques « utiles » car contribuant à l'Atlas du Mont-Blanc, ainsi qu'une formation de terrain à l'écologie de montagne.

Critères : scientifique : +++ / financier : ++ / pédagogique : +++

Conclusion et perspectives pour le CREA Mont-Blanc : *Climate Science in Chamonix* est une priorité pour le CREA Mont-Blanc pour les années à venir car moins difficile à « marketer » (les universités se chargent de trouver les participants) et pouvant ouvrir sur de nouvelles collaborations scientifiques avec des universités américaines. Trois universités devraient venir en 2018 participer à ces séjours.

Randonnée thématique à la journée

Des sorties thématiques sur le changement climatique et la biodiversité de montagne peuvent être proposées, sans ou quasiment sans relevés scientifiques. Ces randonnées sont donc plus une sensibilisation qu'une participation aux suivis et activités du CREA Mont-Blanc.

Critères : scientifique : - / financier : + / pédagogique : +++

Conclusion et perspectives pour le CREA Mont-Blanc : le public existe pour ce type d'interventions, soit formé de randonneurs « individuels » soit de groupes pré-existants, en offrant par exemple une journée thématique sur un séjour plus long. L'objectif du CREA Mont-Blanc étant la recherche et l'obtention de données de terrain, ce produit n'est pas prioritaire. Il peut cependant assurer la formation des intervenants et assurer la qualité scientifique par une labellisation.

Clés de réussite pour une diffusion du tourisme scientifique

L'approche « science participative » très en vogue (ainsi que le *learning tourism*) et l'histoire scientifique du Mont-Blanc font qu'il est naturel et presque incontournable pour le territoire du Mont-Blanc de proposer une offre de tourisme scientifique. Celui-ci permet aussi de valoriser le territoire à l'intersaison notamment en mai et juin. Le marché existe puisque le CREA Mont-Blanc dont ce n'est pas le métier a réussi à mobiliser des participants à ses séjours test sur 18 mois seulement. C'est cependant un marché de niche, difficile à atteindre en France car peu de produits similaires existent. C'est un marché à haute valeur ajoutée en termes d'image. Le public concerné est large : randonneurs intéressés par la nature, familles, mais également « locaux », ce qui est un des enseignements importants du projet. Quelques clés émergent du projet pour garantir le succès des produits :

- Contenu scientifique du discours et des activités proposées, qu'il s'agisse de science participative ou de randonnées thématiques. Cette assise scientifique et pédagogique est fondamentale pour rendre crédibles les produits touristiques proposés et leur permettre de trouver leur place à l'échelle mondiale. Il est essentiel que le visiteur puisse être en lien avec le chercheur, directement lors de séjours longs ou indirectement auprès d'un médiateur formé aux méthodes scientifiques et informé régulièrement, et sentir qu'il contribue vraiment à la science lorsqu'il lui est proposé de réaliser une observation participative. Les séjours TourScience font ainsi partie des 12% de programmes de science participative qui conduisent à des publications scientifiques, et les données collectées par le CREA Mont-Blanc de manière participative sont de bonne qualité.
- Réseau de commercialisation. Le CREA Mont-Blanc n'a pas pu trouver en 18 mois toutes les clés de ce marché mais il existe et peut être atteint de manière innovante, en valorisant l'aspect associatif ou intérêt général dans le cas de la science participative, et l'expérience unique qui est proposée dans des séjours scientifiques.

Actions mises en œuvre par le CREA Mont-Blanc au cours du projet

WP1 : Gouvernance et administration du projet

Activité 1.1 – coordination entre partenaires : réunions du comité de pilotage et coordination informelle

Activité 1.2 : gestion administrative et financière du projet

WP2 : Communication

Activité 2.1 : Concertation avec les parties-prenantes du tourisme

- Réunions bilatérales avec les acteurs locaux du tourisme (liste en annexe)
- Mise en place de partenariats de compétence et de commercialisation avec divers opérateurs touristiques (agences de voyage : Escursia, Mountain Access – plateformes : OT de Chamonix, Voyageons-autrement – associations : Cybelle Planète, Objectif Science International)
- Participation à des ateliers de réflexion sur la stratégie touristique de la Vallée de Chamonix avec un apport d'expérience sur le volet tourisme scientifique

Activité 2.2 : Communication autour des séjours de volontariat

- Refonte visuelle du site www.creamontblanc.org, création de pages sur le volontariat scientifique,
- Traduction et développement du site du CREA Mont-Blanc en langue anglaise
- Refonte visuelle de l'[Atlas du Mont-Blanc](#) destiné à recueillir les relevés des volontaires en séjour
- [Communiqué](#) de presse sur les séjours 2016 et [communiqué](#) de presse sur le bilan de ces séjours, repris par divers [médias](#)
- Refonte du [blog](#) du CREA pour présenter les témoignages des volontaires et les résultats de recherche
- Animation réseaux sociaux
- Mise en place Google AdWorks et Analytics pour accentuer et évaluer la campagne de communication
- Constitution d'une base de données média et relais de communication pour la diffusion de l'initiative
- Création et diffusion d'affiches sur le programme de volontariat

WP3 : Conception de produits de volontariat scientifique

Activité 3.1 : Définition des produits de volontariat scientifique

- Rapide étude de marché pour le marché français et consultant pour le marché américain – définition des marchés cibles
- Définition d'une matrice de produits et priorisation selon les critères du CREA Mont-Blanc
- Elaboration d'un programme type pour produits francophones (séjour d'une semaine et WE en famille)
- Développement de deux produits à destination du public américain avec un consultant (Magellan)
- Travail sur les volets fiscaux et juridiques des produits (qualification en dons aux œuvres et immatriculation tourisme)

Activité 3.2: Elaboration du contenu scientifique des séjours

- Définition et rédaction des protocoles participatifs utilisables par les volontaires
- Etude de la pertinence des données collectées de manière participative d'un point de vue scientifique
- Acquisition d'enregistreurs, caméra traps, jumelles, etc. utiles aux volontaires pour les relevés
- Analyse et diffusion sur le site de l'Atlas des observations des volontaires
- Publication de nouvelles pages dans l'Atlas du Mont-Blanc et sur le blog pour expliquer les analyses faites à partir des données des volontaires et pour apporter de la matière/connaissances

aux volontaires potentiels sur les études menées par le CREA Mont-Blanc auxquelles ces volontaires peuvent participer.

WP4 : Mise en œuvre-test des produits du tourisme scientifique

Activité 4.2 : Tests en situation des produits de volontariat scientifique développés en 3.1

- Volontariat scientifique francophone : test de 3 séjours de (WE famille et semaines) auprès de 14 participants : WE en famille à Loriaz (18-19 juin 2016), WE en famille à Miage (2-3 juillet 2016), semaine adulte (20-24 juin 2016) - Enquête de satisfaction et bilan d'impact pédagogique - amélioration des produits
- Volontariat scientifique anglophone : test d'un séjour avec des étudiants américains en mai 2017 (AppState University) et tenue d'un « Familiarization trip » à l'attention des professeurs d'universités américaines (juillet 2017) pour qu'ils expérimentent ce que le CREA Mont-Blanc peut proposer pour leurs étudiants en 2018 et construire ensemble des « study abroad » adaptés aux étudiants américains
- Randonnée thématique : test d'une journée sur l'impact du changement climatique sur la faune et la flore lors d'une randonnée proposée par un autre partenaire, lors d'un séjour jeunes Espace Mont-Blanc

Activité 4.3 : Formation des accompagnateurs

- État des lieux des formations existantes, notamment celles relayées par le réseau Educ'Alpes dont le CREA Mont-Blanc est membre. Le premier module de formation de connaissances générales du changement climatique envisagé par le CREA Mont-Blanc et l'ARPA est déjà proposé par d'autres structures (CliMature par exemple) - choix de développer directement le deuxième module centré sur les suivis scientifiques au Mont-Blanc et Vallée d'Aoste
- Tenue d'une formation regroupant 16 accompagnateurs en montagne et animateurs nature français et quelques italiens (mai 2017)

Annexe 1 : Liste partenaires touristiques TourScience

Rencontres physiques

- OT de Chamonix : N. Durochat – 07/01/2016 + 17/10/2016
- OT de Saint Gervais : D.Josephe – 20/01/2016 + 17/10/2016
- Fondation Kurt Bosch : Christophe Clivaz – 22/03/2016
- Opérateur touristique : Mountain Access – JF Collignon –
- Université de Savoie : Isabelle Frochot et étudiants – 30/03/2016+20/10/2016+13/09/2016
- Université de Sion : Roland Schegget étudiants – 24/03/2016 + 20/04 /2016 + 10/10/2016
- Université des Appalaches : Carol Kline – 13-14/06/2016
- Maire de Vallorcine : 19/02/2016
- Maire de Chamonix : 07/01/2016 +
- Maire de St Gervais : 13/08/2015
- Maire des Contamines : 13/08/2015
- Communauté de Communes Pays du Mont-Blanc : M.Mann/N.Fort – 14/09/2016
- WWF : JC Poupet – 16/11/2015
- Région Rhône- Alpes : S. Descotes/F.Boissac : 16/11/2015
- Centre des Congrès de Chamonix : E.Roudier – 17/10/2016
- Association CVM : Nora Ferkous – 14/03/2016

RDV téléphoniques

- Opérateur touristique : Escursia : 14/01/2016 + 02/05/2016
- Opérateur touristique : Cybelle planète – 26/02/2016
- Opérateur touristique : Amarok – Régis Biron - 05/04/2016
- Opérateur touristique : OSI –Nathalie Javault – 05/04/2016
- Chambre des associations : Gérard Despierre – 09/03/2016
- Petit Futé – Patrick Marringue - 22/09/2016
- We are Travel - Xavier Berthier – 23/02/2016
- Compagnie du Mont-Blanc – Claudie Guilman – 10/05/2016

Contacts mails

- OT des Contamines
- Guide du Routard France – 24/06/2016
- Volontaires pour la nature – Marion Tucci – 14/03/2016
- Service communication Mairie de Chamonix
- Mountain Wilderness – Pauline Muller - 29/04/2016
- Peopleandthesea – Axelle Jorcin – 10/05/2016
- Voyages pour la planète – Pascal Languillon – 15/04/2016

Annexe 2 : Liste de documents produits

- Document technique de projet
- Outils de communication
 - o Pages web du CREA Mont-Blanc sur le volontariat
 - o Version anglaise du site
 - o Communiqués de presse
 - o Affiches
- Produits francophones
 - o Rapide étude de marché
 - o Rapport de mise en œuvre des produits test
- Produits anglophones
 - o CREA Mont-Blanc Brand strategy
 - o Marketing Plan
 - o Profils de clients *Climate Science in Chamonix*
 - o Brochure *Climate Science in Chamonix*
 - o Catalogue de modules *Climate Science in Chamonix*
- Contenu scientifique
 - o Fiches protocoles
 - o Pages web de l'Atlas
 - o Articles de blog
 - o Article sur la qualité des données produites de manière participative
 - o Liste des contenus produits par le CNRS
- Supports de formation
 - o PPT
 - o Liste de ressources sur le changement climatique