


Action :	Créer un label « Espace Mont-Blanc » applicable aux services et aux produits dignes de la qualité du territoire	 Fiche « ACTION » A1
Politiques et stratégies :	Renforcer notre identité commune par les échanges autour de la valeur symbolique du Mont-Blanc	
Type d'action : <input type="checkbox"/> Programme actions <input type="checkbox"/> Mesure <input checked="" type="checkbox"/> Action Portée transfrontalière : <input type="checkbox"/> Nationale <input checked="" type="checkbox"/> Trinationale <input type="checkbox"/> Binationale <input type="checkbox"/> Régionale <input type="checkbox"/> Locale		
Localisation : Territoire EMB		
Description : Afin de promouvoir l'identité du territoire, de faire valoir ce territoire autour de messages directement liés au territoire, un label Espace Mont Blanc sera mis en place pour des produits et des services du territoire. Il offrira aux consommateurs des garanties d'origine, de qualité et de confiance par rapport au produit ou service rendu et sera un fort vecteur de communication autour de l'image du territoire Espace Mont Blanc. L'objectif est aussi de mieux valoriser ces produits à travers une commercialisation en vente directe, et sur les marchés et commerces locaux. Enfin, cette action vise à favoriser les démarches collectives en développant des démarches et actions communes : communication et promotion autour du label, commercialisation. Cette action complète la démarche de labellisation via l'UNESCO (Patrimoine Mondial / Réserve de Biosphère) qui ne sont pas des marques ou labels commercialisables.		
Modalités de mise en œuvre : 1. Réalisation d'une étude juridique comparative entre les 3 pays quant aux possibilités de label à utiliser 2. Etablissement d'une charte générale label Espace Mont Blanc précisant les conditions et critères généraux d'attribution du label : type de produits et services susceptibles de se voir attribuer le label, critères garantissant la spécificité du label, système de contrôle à mettre en place, cohérence avec les autres labels existants (AOC, DOC, ...) 3. Mise en place d'un budget pour la communication et la promotion du label auprès des habitants et des visiteurs 4. Détermination de la charte de promotion - Une signalétique sera par ailleurs définie pour mettre en avant ces produits et services sur le territoire. 5. Etablissement des cahiers des charges par produits et services au fur et à mesure de leur mise en œuvre La mise en œuvre pourra être confiée à un groupe de travail appuyé par des prestataires spécialisés		
Acteur(s) : Maître(s) d'ouvrage : CTMB Partenaire(s) : Entreprises locales (agriculture, tourisme, artisanat) , acteurs touristiques, associations de défense des consommateurs, organismes de contrôle		
Date de création :		Fiche A1 page 1

Financement :

Source(s) de financement possible(s) :

- | | |
|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> EMB | <input type="checkbox"/> Commune(s) |
| <input type="checkbox"/> Pays | <input checked="" type="checkbox"/> Privé |
| <input checked="" type="checkbox"/> Région, Canton/Département | <input type="checkbox"/> Autre : |

Coûts approximatifs : 20K€/an

Remarque :

Prévoir 10K€ pour l'étude juridique préalable puis 20K€/an pour la conduite de la démarche en général

Monitoring (indicateurs possibles) :

- Nombre et typologie de labellisations délivrées
- Evolution des ventes de produits et services labellisés

Outil(s) d'application nécessaire(s)

- | | | | |
|----------------|--|---|--|
| Domaines : | <input type="checkbox"/> Aménagement du territoire | <input checked="" type="checkbox"/> Environnement | <input checked="" type="checkbox"/> Economie |
| | <input checked="" type="checkbox"/> Société | | |
| Type d'outil : | <input checked="" type="checkbox"/> Technique | <input checked="" type="checkbox"/> Juridique | <input type="checkbox"/> Institutionnel |

Commentaires et recommandations :

Compte tenu des diversités juridiques entre les 3 Pays, il faudra veiller à la cohérence du label entre les 3 Pays ;

La MARQUE collective sera à déposer dans les instances ad'hoc des 3 pays (INPI en France, ... en Italie, ... en Suisse)

→ Liens avec les fiches C8 et F2


Evaluation des incidences et effets prévisibles de l'action sur les pôles du DD :

Commentaires :

- Une prise en compte de l'environnement dans la conception des produits et services
- Une meilleure valorisation économique des produits du territoire
- Le renforcement de l'identité du territoire auprès des habitants
- Mettre en place un instance de contrôle du respect du cahier des charges

Date de création :

Fiche A1 page 2

Action :	Développer les échanges entre les territoires à travers l'organisation d'événements culturels communs	 Espace Mont Blanc
Politiques et stratégies :	Renforcer notre identité commune par les échanges autour de la valeur symbolique du Mont-Blanc	
		Fiche « ACTION »
		A2
Type d'action : <input checked="" type="checkbox"/> Programme actions <input type="checkbox"/> Mesure <input type="checkbox"/> Action Portée transfrontalière : <input type="checkbox"/> Nationale <input checked="" type="checkbox"/> Trinationale <input type="checkbox"/> Binationale <input type="checkbox"/> Régionale <input type="checkbox"/> Locale		
Localisation : Territoire EMB		
Description : L'objectif de ce programme d'actions est de développer les échanges entre populations , habitants et citoyens de l'Espace Mont Blanc autour d'une offre culturelle à partager sur le territoire. Il s'agit à la fois de prendre appui sur l'existant et de créer de nouvelles opportunités pour développer les échanges autour d'événements culturels communs, fêtes et festivals locaux à soutenir et renforcer dans une perspective de rayonnement sur l'ensemble du territoire. Trois aspects seront développés - Coordination des programmes d'animations sur le territoire : calendrier, édition d'une plaquette semestrielle des programmes d'animations sur le territoire (voir aussi fiche C10) - Soutien à quelques manifestations locales à travers une promotion sur tout le territoire de EMB, une valorisation auprès de certains publics privilégiés (scolaires, associations locales, clubs, familles) et une présentation des actions de EMB lors de ces manifestations. - Organisation d'une manifestation annuelle culturelle transnationale localisée de manière différentes chaque année. Cette opération s'inscrit dans la démarche de mise en réseau des patrimoines historiques et culturels (Fiche F2) et elle doit tenir compte des initiatives déjà en cours telles que le projet Interreg ALCOTRA « RITT »		
Modalités de mise en œuvre : - Choix annuel des manifestations à soutenir en fonction de critères établis par le Comité scientifique (fiche F2) ; ces manifestations se renouvelleront régulièrement et ne seront pas forcément les mêmes d'une année sur l'autre. - Mise en place d'un système de promotion de ces manifestations retenues : plaquettes communes ou individuelle, charte graphique, budget de diffusion ... - Information auprès des écoles - Repérage des modes de transports collectifs possibles pour accéder à ces manifestations - Organisation d'une manifestation annuelle commune : thème à définir avec les populations locales, recherche d'appuis auprès d'associations locales porteuses de projets, mise en œuvre. Le comité scientifique apportera son expertise pour le choix des thématiques à privilégier.		
Acteur(s) : Maître(s) d'ouvrage : CTMB Partenaire(s) : Comité scientifique, associations locales de promotion culturelle, collectivités locales		
Date de création :		Fiche A2 page 1

Financement :

Source(s) de financement possible(s) :

- EMB
 Pays
 Région, Canton/Département
- Commune(s)
 Privé
 Autre :

Coûts approximatifs : 40K€/an

Remarque : ce budget représente le coût

- De l'édition d'un semestriel pour les programmes d'animations sur le territoire
- De soutien à quelques manifestations locales

L'estimation du budget liée à l'organisation d'une manifestation restera à faire en fonction du projet retenu (manifestation existante à conforter ou création).

Monitoring (indicateurs possibles) :

- Organisation effective d'une manifestation commune, nombre de participants et évolution
- Nombre de manifestations soutenues
- Scolaires participants et exploitations dans les classes
- Autres publics participants

Outil(s) d'application nécessaire(s)

- Domaines : Aménagement du territoire Environnement Economie
 Société
- Type d'outil : Technique Juridique Institutionnel

Commentaires et recommandations :

→ Liens avec les fiches F2, C9

Evaluation des incidences et effets prévisibles de l'action sur les pôles du DD :

Commentaires :


Une connaissance mieux partagée par les habitants des différentes cultures du territoire

Une ouverture aux autres au sein du territoire EMB

Renforcement de l'identité culturelle commune.

Date de création :

Fiche A2 page 2

Action :	Informer, former et sensibiliser les populations	
Politiques et stratégies :	Renforcer notre identité commune par les échanges autour de la valeur symbolique du Mont-Blanc	
		Fiche « ACTION » A3
Type d'action :	<input checked="" type="checkbox"/> Programme actions	<input type="checkbox"/> Mesure
Portée transfrontalière :	<input type="checkbox"/> Nationale	<input type="checkbox"/> Action
<input checked="" type="checkbox"/> Trinationale	<input type="checkbox"/> Binationale	<input type="checkbox"/> Régionale
		<input type="checkbox"/> Locale
Localisation : EMB		
Description :		
<p>L'objectif de ce programme est de diffuser le plus largement possible sur le territoire de EMB et au delà une information régulière permettant de former et sensibiliser les populations locales à la valeur et la spécificité de ce territoire et à la nécessité de travailler ensemble, à cette échelle, pour le protéger.</p> <p>Pour cela, un plan de communication commun aux trois pays sera établi permettant une diffusion la plus large possible des valeurs et objectifs de l'Espace Mont Blanc .</p> <p>Ce programme vise plusieurs types de publics :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les élus et acteurs locaux afin de leur faire mieux connaître le territoire sur lequel ils interviennent et sur lequel ils prennent des décisions. Il s'agira de leur faire prendre conscience des enjeux, risques et potentialité de développement de ce territoire autour du développement durable et de partager avec eux la construction du territoire de l'Espace Mont Blanc. - Les populations locales afin de renforcer la cohésion du territoire EMB, le partage de valeurs communes et le sentiment d'appartenance à un territoire commun - Le grand public et les visiteurs afin de renforcer l'image du territoire et de développer les repères par rapport à la richesse et la fragilité de ce territoire 		
Modalités de mise en œuvre :		
<p>Un plan de communication pluriannuel sera établi en direction de ces différentes cibles.</p> <p>Il utilisera différentes formes pour la sensibilisation, l'information et la formation en fonction des cibles :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bulletin d'information trimestriel en direction des populations et des visiteurs ; - Organisation d'événements (voir aussi fiche A4) - Campagne média à l'occasion d'événements particuliers et de manière permanente dans les médias locaux ; - Organisation de formations et VOYAGE D'ETUDES dans le territoire pour faire découvrir aux habitants et acteurs du territoire les richesses du territoire, au delà du Mont Blanc ainsi que les expériences conduites sur le territoire. Par exemple, réalisation semestrielle d'un voyage de 3 jours sur un thème (patrimoine naturel, culture et patrimoine culturel, architecture, gastronomie et produits locaux...) ; excursion 1 jour par Pays. - Echanges de pratiques et d'expériences. - Réalisation d'un kit commun de documentation sur le territoire : plaquette, carte, poster, 50 sentiers à thème, présentation du SDD, ... 		
Acteur(s) :		
Maître(s) d'ouvrage : CTMB		
Partenaire(s) : Acteurs de la formation, collectivités et associations locales		
Date de création :	:	Fiche A3 page 1

Financement :

Source(s) de financement possible(s) :

- | | |
|--|-------------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> EMB | <input type="checkbox"/> Commune(s) |
| <input type="checkbox"/> Pays | <input type="checkbox"/> Privé |
| <input checked="" type="checkbox"/> Région, Canton/Département | <input type="checkbox"/> Autre : |

Coûts approximatifs : 70K€/an

Remarque : un budget annuel doit être prévu, permettant de conduire ces opérations de manière permanente.

Monitoring (indicateurs possibles) :

- Régularité du bulletin
- Nombre de formations organisées par an - nombre de participants – évaluation des formations
- Retombées médiatiques (articles presse, TV, radio)

Outil(s) d'application nécessaire(s)

- Domaines : Aménagement du territoire Environnement Economie
- Société
- Type d'outil : Technique Juridique Institutionnel
- Commentaires et recommandations :

→ Liens avec les fiches A et C


Evaluation des incidences et effets prévisibles de l'action sur les pôles du DD :

Commentaires :

Meilleure compréhension des objectifs de EMB et de l'intérêt de la préservation de ce territoire par les différents usagers du territoire

Date de création :

Fiche A3 page 2

Action :	Réaliser une carte topographique, touristique et culturelle de l'Espace Mont-Blanc	
Politiques et stratégies :	Renforcer notre identité commune par les échanges autour de la valeur symbolique du Mont-Blanc	
		Fiche « ACTION » A4
Type d'action :	<input type="checkbox"/> Programme actions <input type="checkbox"/> Mesure <input checked="" type="checkbox"/> Action	
Portée transfrontalière :	<input type="checkbox"/> Nationale	
<input checked="" type="checkbox"/> Trinationale <input type="checkbox"/> Binationale <input type="checkbox"/> Régionale <input type="checkbox"/> Locale		
Localisation :		
Description :		
<p>Afin de concrétiser l'Espace Mont Blanc en tant que territoire partagé et vivant, entité touristique au delà du seul sommet symbolique, une carte touristique et culturelle du territoire de EMB sera réalisée. Elle permettra un renforcement de l'identité territoriale à travers la réalisation d'un outil commun représentant le territoire.</p> <p>Cette carte sera largement diffusée sur le territoire par l'intermédiaire des hôteliers, restaurateurs, musées, OTSI et lieux d'accueil des visiteurs ainsi que des communes.</p> <p>Elle présentera les différents points d'attraction du territoire de l'Espace Mont Blanc :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sites naturels protégés, en privilégiant les sites où un espace d'accueil des visiteurs existe (maison de réserve, sentiers d'interprétation, table de lecture...) - Sites d'observation et d'interprétation des paysages - Sites d'intérêt culturel, en privilégiant les sites où un espace d'accueil pour les visiteurs existe (musées, maisons, expositions permanentes, ...) <p>CETTE CARTE DOIT ETRE EGALEMENT UN OUTIL DE GESTION DES FLUX TOURISTIQUES SUR LE TERRITOIRE.</p> <p>Au fur et à mesure de leur développement, les sites, circuits, réseaux et routes créés sur le territoire et valorisant le patrimoine naturel et culturel seront intégrés dans la carte (lors des nouvelles éditions).</p> <p>L'action doit tenir compte des activités et des informations qui sont disponibles par le SIG EMB, ainsi que des propositions contenues dans le projet « 50 sentiers à thème dans l'EMB »</p>		
Modalités de mise en œuvre :		
<ul style="list-style-type: none"> - Repérage et mise à plat des éléments existants au niveau des sites touristiques naturels et culturels du territoire, recensement et analyse de l'existant en terme de carte touristique et culturelle du territoire. - Etablissement des critères de sélection des sites à présenter sur la carte : sites susceptibles d'accueillir du public, conditions d'accueil, ... - Réalisation de la carte avec un prestataire extérieur spécialisé en intégrant la charte graphique EMB. - Etablissement des règles de diffusion (modes de diffusion – gratuité ou non / lieux de diffusion / supports/ ...). - Mise à jour régulière en fonction de l'avancement des démarches de mises en réseau et des projets émergents. <p>On peut citer en référence le document réalisé par le PN de la Vanoise ; carte du territoire présentant une sélection de points d'intérêt paysagers, écologiques et culturels ainsi que les aménagements et services touristiques indispensables à la découverte (refuges, sentiers, points d'information,). Elle est accompagnée d'un guide de découverte proposant différents itinéraires.</p>		

<p>Acteur(s) : Maître(s) d'ouvrage : CTMB</p> <p>Partenaire(s) : OT, associations locales de promotion touristique, acteurs touristiques et culturelles</p>															
<p>Financement : Source(s) de financement possible(s) :</p> <table border="0"> <tr> <td>EMB</td> <td>Commune(s)</td> </tr> <tr> <td>Pays</td> <td>Privé</td> </tr> <tr> <td>Région, Canton/Département</td> <td>Autre : usagers</td> </tr> </table> <p>Coûts approximatifs : 150 K€ Remarque : Ce budget comprend l'édition d'un guide du territoire. On peut supposer que les usagers achetant la carte et/ou le guide contribueront à hauteur de 15% au budget total.</p>				EMB	Commune(s)	Pays	Privé	Région, Canton/Département	Autre : usagers						
EMB	Commune(s)														
Pays	Privé														
Région, Canton/Département	Autre : usagers														
<p>Monitoring (indicateurs possibles) :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Réalisation effective de la carte 															
<p>Outil(s) d'application nécessaire(s)</p> <table border="0"> <tr> <td>Domaines :</td> <td>Aménagement du territoire</td> <td>Environnement</td> <td>Economie</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Société</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Type d'outil :</td> <td>Technique</td> <td>Juridique</td> <td>Institutionnel</td> </tr> </table> <p>Commentaires et recommandations :</p> <p>→ Liens avec la fiche C3</p>				Domaines :	Aménagement du territoire	Environnement	Economie		Société			Type d'outil :	Technique	Juridique	Institutionnel
Domaines :	Aménagement du territoire	Environnement	Economie												
	Société														
Type d'outil :	Technique	Juridique	Institutionnel												
<p>Evaluation des incidences et effets prévisibles de l'action sur les pôles du DD :</p> <p>Commentaires :</p> <p>Impact économique, les visiteurs découvrant les différents points d'attraction du territoire, sa dimension transfrontalière. A ce titre, ils sont susceptibles de prolonger leur séjour ou de revenir.</p> <p>Impact social principalement, permettant de donner corps et de visualiser le concept d'Espace Mont Blanc, favorisant ainsi son appropriation par les habitants et les visiteurs.</p>															
<p>Date de création :</p>		<p>Fiche A4 page 2</p>													