

La tradition continue

Parc thématique Barryland

Nouvel écrin pour un symbole culturel suisse





« *Du rêve à la réalité... rendez-vous en 2025 pour plonger dans l'univers des Saint-Bernard au cœur du Parc thématique Barryland* »

Contenu

Fondation Barry du Grand-St-Bernard

- L'institution est reconnue d'utilité publique selon le Code civil suisse
- Mission : assurer la pérennité de la race originelle des chiens du Grand-St-Bernard

Origines et tradition

- La légende et l'héritage de Barry sont encore bien vivants aujourd'hui

Projet du nouveau parc

- « Barryland » est un projet de la Fondation Barry
- 20 000 m² de bonheur canin

Construction d'un parc unique au monde

- Bâtiment en forme d'empreinte de patte
- Visite immersive avec des contenus émotionnels

Les univers thématiques du parc

- Cinq univers thématiques distincts
- Vastes parcs extérieurs
- Activités à l'intérieur et à l'extérieur

Dates clés

- Fondation et projet

Financement du parc

- Un budget de CHF 24 millions



Vue du parc depuis le nouveau restaurant



Accueil des visiteurs



Boutique de souvenirs

Fondation Barry du Grand-St-Bernard

En janvier 2005, la Fondation Barry a repris des mains de la Congrégation des chanoines du Grand-St-Bernard le chenil et l'élevage des célèbres chiens Saint-Bernard du col éponyme situé au cœur des Alpes suisses.

L'organisation à but non lucratif de Martigny en Valais s'investit pour perpétuer l'élevage plus que tricentenaire sur son lieu d'origine. Son objectif principal, dans le cadre de sa mission, consiste à permettre à ses chiens de mener une vie en bonne santé et adaptée à l'espèce. Elle se définit comme un site cynologique exemplaire, respectueux de l'animal et de ses besoins. L'expertise développée depuis sa création permet à la Fondation Barry de se positionner comme véritable centre de compétences en termes d'élevage, ainsi que d'interventions sociales assistées par les Saint-Bernard. Le label de qualité Certodog lui a d'ailleurs été décerné pour la gestion exemplaire de son élevage.

La fondation s'est également donné pour mission de procurer de la joie au plus grand nombre de personnes en rendant possible les rencontres avec les mythiques chiens Saint-Bernard. Elle contribue ainsi activement à améliorer la relation entre l'homme et le chien.

Organisation

En tant que fondation d'utilité publique, la Fondation Barry ne perçoit pas de subventions de l'État et dépend intégralement de donatrices et donateurs privés pour financer l'élevage, assurer le bien-être des chiens et mener ses activités dans le domaine social. Quelque 60 collaboratrices et collaborateurs œuvrent au quotidien à la fondation sous la direction du Président Jean-Maurice Tornay. Une équipe de gardiennes et gardiens d'animaux veille au développement, à la socialisation et à la formation optimale des chiens et garantit la détention conforme à l'espèce et des soins professionnels aux chiens Saint-Bernard.

Origines et tradition

La première présence des chiens Saint-Bernard à l'Hospice du Grand-St-Bernard est attestée par des documents datant déjà de 1695.

Les chiens furent utilisés pour accompagner les voyageurs et surtout pour retrouver et sauver ceux qui s'étaient égarés dans la neige et le brouillard. Barry I a vécu à l'Hospice de 1800 à 1812. Il a indéniablement été le plus célèbre des chiens de sauvetage. À lui seul, il aurait sauvé plus de 40 personnes. Son histoire a fait le tour du monde et est entourée de légendes mythiques. Elle a grandement contribué à l'excellente renommée des Saint-Bernard.

En quelques générations, la race actuelle fut créée grâce à un élevage systématique dans le sens d'un type idéal recherché. Barry et ses descendants sont devenus le symbole de la Suisse par excellence, un bien culturel représentant les valeurs traditionnelles de solidarité, stabilité et sécurité.

La légende et l'héritage de Barry sont encore bien vivants aujourd'hui. Le nom de la fondation elle-même a été choisi en l'honneur du légendaire sauveteur Barry. De plus, au sein de l'élevage, son nom est traditionnellement attribué au plus beau mâle de la meute... en sa mémoire.

Projet du nouveau parc

Pour faire découvrir l'univers de Barry au public de manière pédagogique et ludique dans un nouvel espace agrandi et moderne, la Fondation Barry a lancé le projet de Parc thématique Barryland.

Le musée actuel exigu et dépassé laisse peu d'espace à de nouvelles attractions et au nombre croissant de visiteurs, tout en respectant le bien-être des chiens. Avec le nouveau parc de 20 000 m², les visiteurs pourront se familiariser et tout apprendre sur leur ami à quatre pattes : des mythes et légendes qui en-

tiennent ses 300 ans d'histoire aux spécificités de son caractère. Un musée vivant et un lieu de découvertes interactif, pédagogique, ludique et proche de la nature est en train de voir le jour.

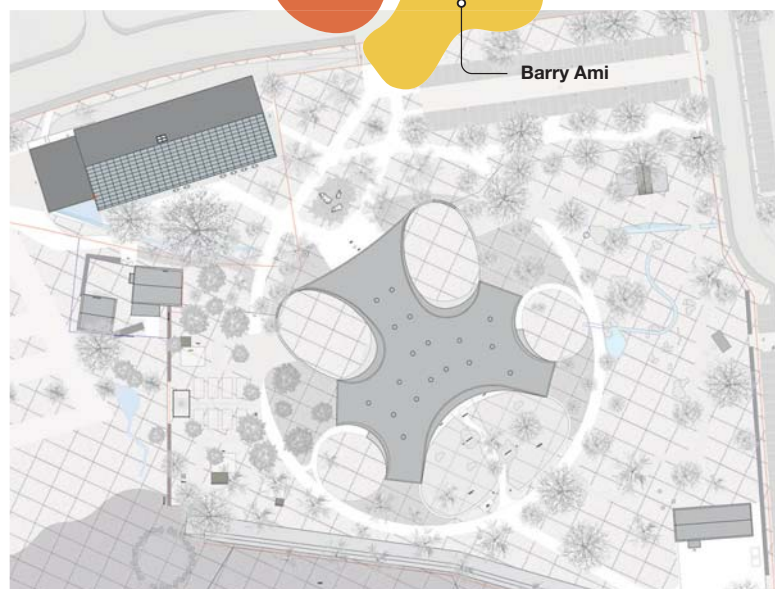
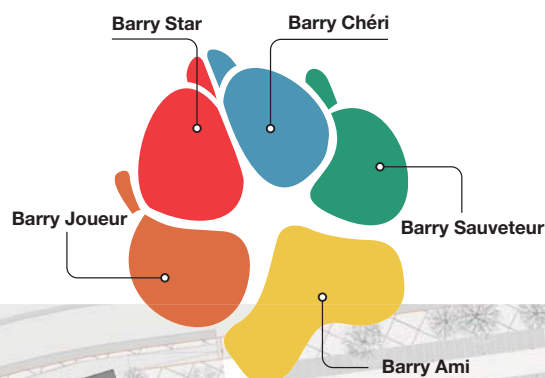
Les besoins des Saint-Bernard ainsi que les conditions d'élevage adaptées à leur espèce sont au cœur même du projet. Les chiens se sentiront à l'aise et disposeront de suffisamment d'espace pour pouvoir se déplacer librement, être soignés et entraînés, mais aussi pour pouvoir se retirer et se reposer tranquillement.

Construction d'un parc unique au monde

Le bureau d'architecture GAME de Martigny a remporté le concours pour concevoir ce nouveau site niché dans le paysage valaisan. Le seul parc au monde dédié au Saint-Bernard sera un lieu de rencontre privilégié avec l'ambassadeur du patrimoine culturel et historique de la Suisse.

Le bâtiment est conçu sous la forme d'une empreinte de patte de chien. Le chien Saint-Bernard sera à découvrir dans cinq univers thématiques présentant ses traits de caractère principaux : Barry Sauveteur, Barry Ami, Barry Star, Barry Chéri, Barry Joueur. Ces thèmes accompagneront les visiteurs tout au long de leur visite et leur offriront une expérience inédite et inoubliable.

Les aménagements extérieurs autour du musée permettront d'augmenter les possibilités d'expériences. Un paysage authentique sera aménagé autour du bâtiment principal, avec des enclos pour les petits animaux et de nombreuses activités pour les enfants.



LES UNIVERS

Barry Sauveteur
Barry Ami
Barry Star
Barry Chéri
Barry Joueur

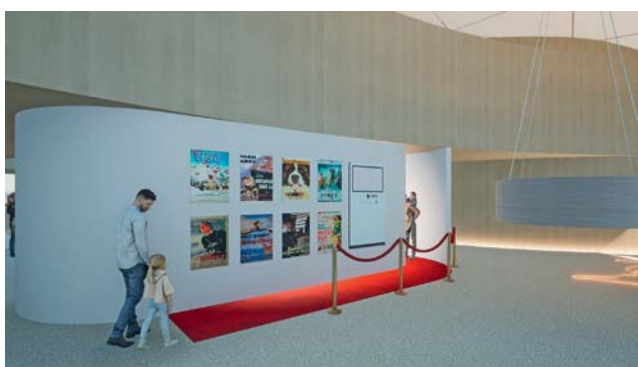
LES ESPACES EXTÉRIEURS

Les différents milieux paysagers
Les espaces animaliers
L'espace ludique
Les Nouveaux Animaux de Compagnie (NAC)
L'espace Food-truck
Les Jardins de Brigitte



Les univers thématiques du parc

Pour présenter les Saint-Bernard aux visiteurs de manière moderne et interactive, le nouveau parc thématique Barryland offrira une visite immersive avec des contenus émotionnels, ludiques et éducatifs. L'icône mondiale du sauvetage y trouvera une vitrine de choix, à la hauteur de sa réputation.



En pénétrant dans le bâtiment, le visiteur fait connaissance avec la Fondation Barry, sa mission et ses activités. Au cœur du bâtiment se trouve l'escalier qui symbolise la montée vers l'Hospice du col du Grand-St-Bernard.

Barry Sauveteur

Cette section retrace la naissance du mythe de Barry. Le diorama classique existant est réinterprété dans cette partie de Barryland au moyen d'un écran incurvé haute résolution.

Au début de la visite, on présente au visiteur l'histoire de l'élevage dans son lieu d'origine, à l'Hospice du col du Grand-St-Bernard. De nombreux objets ayant une valeur historique y sont présentés de manière dynamique et en partie interactive.

Barry Ami

Cet espace présente Barry dans son nouveau rôle de chien d'accompagnement social et thérapeutique. Une salle est disponible pour la formation des équipes de chiens sociaux. Des activités spéciales pour les enfants y seront également organisées, par exemple des sensibilisations au bon comportement avec les chiens.

Barry Star

D'innombrables représentations qui ont vu le jour au fil des siècles, telles que des gravures, des cartes postales, des timbres, des annonces publicitaires et des films, ont largement contribué à faire connaître Barry en tant que symbole culturel suisse, en Suisse et à l'étranger et seront présentées de manière attractive.



Barry Chéri

À l'étage, le visiteur rencontre les Saint-Bernard dans leur quotidien, dans leurs boxes et dans la salle de soins et de physiothérapie. On peut y voir de près comment les chiens vivent, sont soignés,

pris en charge et entraînés. Le visiteur y apprend à connaître les caractéristiques physiques, biologiques et sociales de la race du Saint-Bernard.

Une expérience multisensorielle unique à la fois surprenante et amusante s'offre aux visiteurs. Elle permet de se mettre quelques instants dans la peau d'un Saint-Bernard pour mieux le comprendre et utiliser nos sens comme lui le fait.

Barry Joueur

Les quatre espaces extérieurs offrent aux chiens de nombreuses possibilités d'activités, de jeux, mais aussi des zones de repos et de retrait.



La Fondation Barry

Chien Saint-Bernard : 3 siècles d'existence

Une trentaine de chiens en permanence à la fondation

Plus de 60 000 donateurs

Plus de 80 000 visiteurs en 2023

Nombre de collaborateurs : 60

Conseil de fondation : 10 membres

Capital de la fondation : CHF 13 millions

Budget annuel : CHF 8 millions

Parc thématique Barryland en quelques chiffres

20 000 m² de terrain

5 univers thématiques à visiter

Budget de CHF 24 millions

Objectif : 150 000 visiteurs par an

Dates clés

2005	Création de la Fondation Barry et reprise de l'élevage des chiens Saint-Bernard de la Congrégation des chanoines de l'Hospice du Grand-St-Bernard
2006	Création du Musée et Chiens du Saint-Bernard
2007	Début des visites sociales avec les Saint-Bernard
2015	Reprise du Musée et Chiens du Saint-Bernard et changement de nom en Barryland
2018	Entrée du chien Saint-Bernard au patrimoine culturel immatériel de l'humanité de l'UNESCO
2019	Lancement du projet de «Parc thématique Barryland»
2020	Concours d'architecture
2023	Début des travaux, permis de construire
Eté 2025	Ouverture

Financement

Le coût de la construction du nouveau Barryland s'élève à près de 24 millions de francs. Après prise en compte des prestations propres et des financements de la Loterie Romande, du canton et des communes, ainsi que des contributions d'entreprises et de donateurs privés, la fondation cherche encore 5,6 millions de francs pour réaliser le projet du Parc thématique Barryland.

Le sponsor principal est Cornèrcard. Cette collaboration s'étendra sur 10 ans et elle s'inscrit parfaitement dans la stratégie du Cornèr Group: créer des expériences inoubliables ainsi que proposer une vaste gamme de produits et services, alliés à des technologies innovantes dans le domaine des cartes de paiement afin de répondre à toutes les exigences des clients avec lesquels Cornèrcard s'engage à tisser des liens durables fondés sur une confiance réciproque.

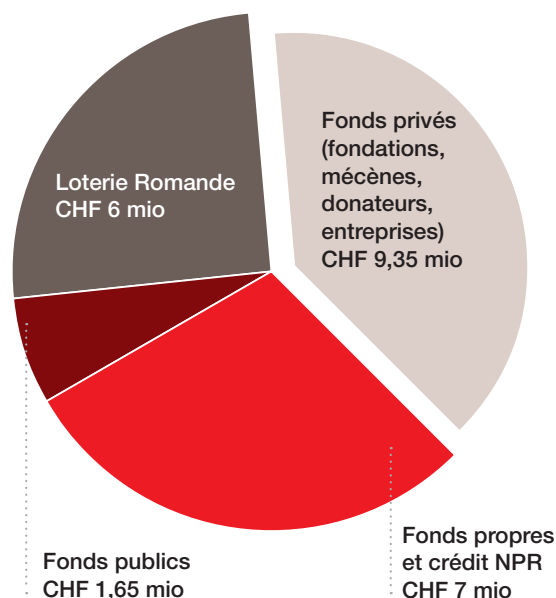
À propos du Cornèr Group

Le Cornèr Group est un groupe bancaire suisse, privé et indépendant, qui offre des services de banque universelle. La Cornèr Banque a été fondée en 1952 à Lugano, troisième plus importante place financière de Suisse après Zurich et Genève. Les services et les produits destinés à la clientèle couvrent toute la gamme de l'offre bancaire tradi-

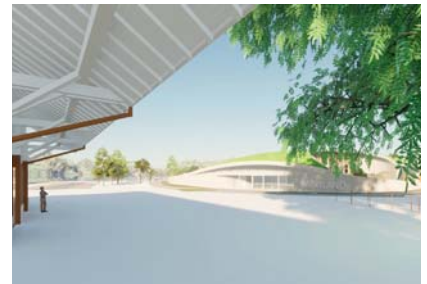
cornèrcard

tionnelle, avec une spécialisation dans les secteurs du Private Banking, du financement, des cartes de paiement Visa, Mastercard et Diners Club (Cornèrcard) et du trading online (Cornèrtrader), activités sur lesquelles repose le développement du Groupe. Le Cornèr Group se compose de la maison-mère Cornèr Banque SA à Lugano, des succursales de Chiasso, Genève, Locarno et Zurich, ainsi que des filiales Cornèr Bank (Overseas) Limited, BonusCard.ch SA, Cornèr Europe AG et Finpromotion. Informations sur cornèrgroup.ch.

Sources de financement



Sélection matériel photo



En cas de publication, ces photos doivent mentionner le copyright (nom du photographe indiqué dans le fichier).
Vous trouverez un vaste choix d'images sous le « Media corner » de notre site internet:
<https://fondation-barry.ch/fr/mediacorner>

Logos



Contact Fondation Barry

Adresse

Fondation Barry
du Grand-St-Bernard
Rue du Levant 34
CH-1920 Martigny
+41 (0)58 317 77 00
info@fondation-barry.ch
www.fondation-barry.ch

Contact média

Andrea Zollinger, chargée de Communication institutionnelle
+41 (0)58 317 77 25
Marilyne Emery, chargée de Communication / Marketing
+41 (0)58 317 77 27
media@fondation-barry.ch