



Candidature

Destination CHARTREUSE

“Stratégie Espace Valléen” 2015 - 2020



Rhône-Alpes



PREAMBULE

Avec plus de 700 acteurs référencés¹, plus de 5000 emplois directs et indirects et des retombées économiques dépassant les 50 millions d'euros, le tourisme constitue un des piliers de l'économie du massif de Chartreuse. Il participe également au maintien des services qui contribuent, eux-mêmes, à la qualité de vie des habitants.

Au regard de l'importance qu'il revêt pour le massif, les élus du Syndicat mixte du Parc naturel régional de Chartreuse ont souhaité, en 2010, que le Parc porte les contrats touristiques : Espace valléen et Stations durables de moyenne montagne.

Cette contractualisation a permis de rassembler les parties prenantes du tourisme à l'échelle du massif et de co-construire collectivement les bases d'une destination Chartreuse.

De surcroît, elle a facilité l'expérimentation d'actions en faveur d'une évolution du modèle économique du tourisme en moyenne montagne par, notamment, une association plus importante des porteurs de projets privés et une plus grande transversalité (tourisme filière bois, tourisme industrie, tourisme et patrimoines). Certains de ces projets (Evasion au naturel, gare haute du Funiculaire, Da'hutte, Station de trail) ont d'ailleurs été primés pour leur exemplarité sur ces points.

Si le bilan des actions accompagnées par les contrats est globalement très positif, la situation reste fragile : une réorganisation touristique inachevée, la poursuite de l'érosion des lits touristiques, particulièrement en centres de vacances, la faiblesse des retombées économiques générées par les activités sportives et de découverte, certains nouveaux habitants qui perçoivent les visiteurs comme des « nuisances », ...

Aussi, la proposition d'appel à projet pour la nouvelle génération de contrat Espace valléen et Convention montagne 2040 a été perçue par tous comme une occasion de re-questionner les enjeux du massif et de repositionner la stratégie touristique.

A noter que le massif candidait à d'autres procédures contractuelles, Leader, PSADER, TEPOS dont les calendriers étaient ou sont relativement similaires, ce qui a facilité la cohérence et la complémentarité des stratégies et des actions.

La candidature qui vous est présentée, si elle est portée et animée par le Parc naturel régional de Chartreuse, est le fruit d'un travail collectif qui a mobilisé plus de 125 femmes et hommes impliqués pour et dans la destination Chartreuse.

Animés d'une volonté de faire évoluer durablement l'économie touristique de la destination, ils ont fait la proposition au Comité de pilotage qui l'a validée, d'une candidature centrée sur les besoins et attentes des clientèles touristiques. Ainsi la présentation ci-dessous exprime ce parti pris.

1

Données base SITRA



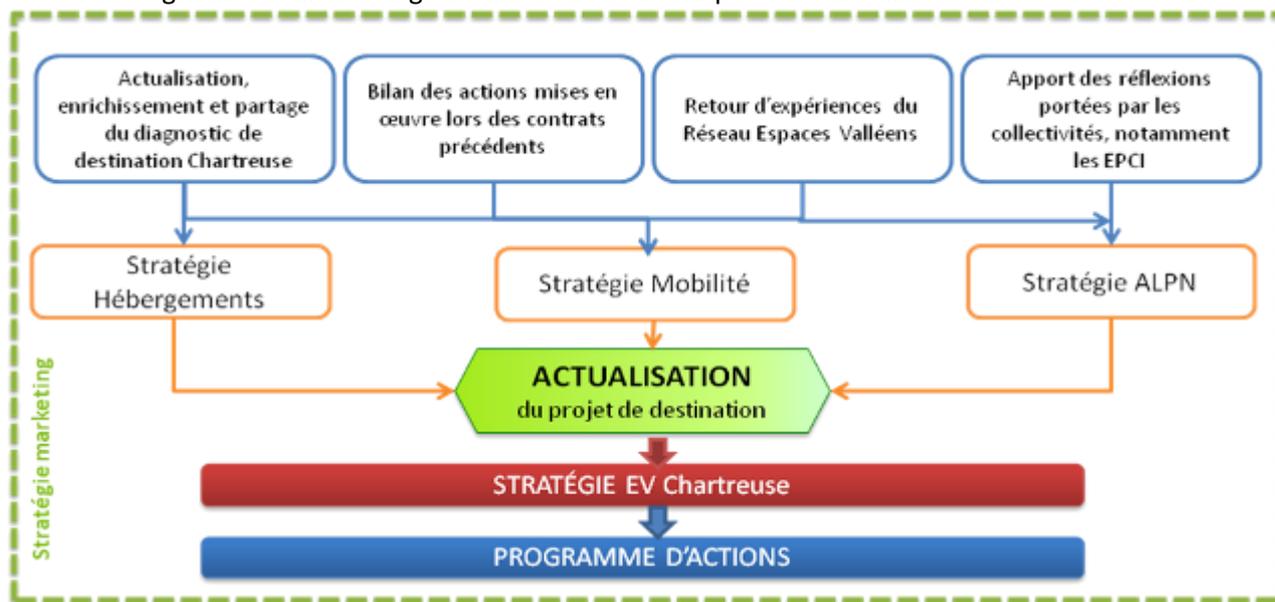
TABLES DES MATIERES

I.	METHODOLOGIE D'ELABORATION DE LA CANDIDATURE	P.4
II.	PRATIQUES ET ATTENTES DES CLIENTELES TOURISTIQUES	P.5
III.	L'OFFRE TOURISTIQUE DE CHARTREUSE	P.11
	III.1. Gouvernance	P.11
	III.2. Offre hébergements	P.15
	III.3. Offre activités et loisirs de pleine nature	P.19
	III.4. Offre neige	P.23
	III.5. Offre culturelle	P.26
	III.6. Aménités paysages et patrimoines naturels	P.28
	III.7. Agritourisme, produits du terroir et savoir-faire	P.31
	III.8. Mobilité	P.34
	III.9. Confort d'usage	P.36
IV.	PERCEPTIONS ET ATTENTES DES SOCIOPROFESSIONNELS	P.37
V.	POSITIONNEMENT MARKETING	P.41
VI.	STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT	p.43
	VI.1. Un esprit « Energie collective pour une nouvelle expérience Chartreuse	P.43
	VI.2. Un socle de valeurs	P.43
	VI.3. Une stratégie déclinée en 5 axes	P.44
	VI.4. Périmètre d'intervention de la stratégie	P.47
	VI.5. Pilotage de la stratégie	P.48
	VI.6. Dispositif d'évaluation de la stratégie	P.49
	VI.7. Cohérence avec les autres dispositifs	P.49
VII.	EXEMPLE DE FICHE ACTION	P.51
VIII.	ANNEXES	P.53
	VIII.1. Projet de délibération	P.53
	VIII.2. Carte du périmètre de l'Espace valléen	P.54
	VIII.3. Courrier de soutien des EPCI partenaires	P.55
	VIII.4. Liste des participants aux différentes étapes de la stratégie	P.61
	VIII.5. Relevé de décision du COPIL & Feuille de route offre neige	P.65



I. METHODOLOGIE D'ELABORATION DE LA CANDIDATURE

Une méthodologie basée sur une large concertation et une expertise multi-filières :



La stratégie marketing a éclairé l'ensemble des travaux qui ont contribué à l'élaboration de notre candidature Espace valléen (EV) « Destination Chartreuse ».

Période	Etape	Réunions	Animateur EV	Renfort Ingénierie
1 ^{er} semestre 2014	Bilan évaluatif des actions accompagnées par les précédents contrats	La présente stratégie est issue de 10 COPIL & 20 COTech et a mobilisé 150 femmes et homes		
	Lancement des travaux stratégiques par thématiques identifiées comme prioritaires : ALPN / mobilité avec en « chapeau » la stratégie marketing			
2 ^{ème} semestre 2014	Réalisation, actualisation et partage transversal des diagnostics (association des agriculteurs, des forestiers, des associations environnementales,...)			
	Validation du positionnement marketing début automne (COPIL octobre 2014 avec les nouveaux élus)			
	Validation des stratégies de filières en lien avec la stratégie marketing fin d'année 2014 (Réunion des vice-présidents novembre 2014)			
1 ^{er} semestre 2015	Echanges avec d'autres territoires, dont l'Espace valléen du Mont Ventoux, autour des choix stratégiques (accueil voyage d'étude Mont Ventoux & Sainte Baume décembre 2014)			
	Présentation du bilan, du diagnostic et des axes stratégiques par thématique en Comité syndical du Parc et validation d'un dépôt de candidature Espace valléen portée et animée par le Parc (janvier 2015).			
Eté 2015	Validation des actions des différentes stratégies thématiques toujours au regard du positionnement marketing (COPIL de validation juillet 2015).			
	Sur la base du positionnement marketing et des éléments issus des travaux thématiques, définition d'une stratégie de destination et constitution de la candidature			
	Validation de la stratégie et du programme d'actions pressenties (COPIL de septembre 2015)			
	Dépôt de la candidature le 14 septembre 2015			
	Poursuite de la co-construction des actions avec les partenaires			
	Audition le 05 octobre 2015			



L'animation de ces différentes étapes a été réalisée selon un schéma similaire. Le pilotage technique, administratif et financier était assuré par l'animateur Espace valléen qui s'est appuyé sur, d'une part, une équipe technique composée de ses collègues du Parc naturel régional de Chartreuse et des techniciens des EPCI du territoire, de Isère tourisme, de Savoie-Mont-Blanc, de Rhône-Alpes tourisme,... et, d'autre part, de l'ingénierie externe mobilisée par le biais de prestations.

Les compétences suivantes étaient recherchées à travers le renfort en ingénierie externe : capacité à mobiliser et faire travailler en commun les acteurs, apports d'éléments de prospective, apports d'éléments de benchmark et fourniture de données qualifiées issues d'enquêtes réalisées auprès des clientèles et des socioprofessionnels. La présente candidature a été élaborée avec l'appui du cabinet Pro-tourisme.

Ponctuellement, des animateurs d'autres Espaces Valléens ont été mis à contribution (EV du Mont Ventoux notamment au moment du bilan).

Globalement, ce processus semble avoir fonctionné puisque la mobilisation a été au rendez-vous avec plus de 150 participants « uniques » répartis de manière équilibrée entre les socioprofessionnels, les élus et les techniciens.

II. PRATIQUES ET ATTENTES DES CLIENTELES TOURISTIQUES

Les faits marquants de la période 2007 à 2014 :

La situation géographique de la destination Chartreuse, à proximité immédiate de bassins de population majeurs, en fait naturellement une destination d'excursion, notamment en hiver. Même si le volume et le niveau de contribution des excursionnistes sont difficiles à évaluer, compte tenu du caractère diffus de ces flux à la demi-journée et à la journée (spatialement et temporellement), plusieurs indicateurs montrent qu'ils sont encore majoritaires.

En 2005 l'observatoire du CDT 38 évaluait les flux excursionnistes à plus de 1 million de personnes par an. Le témoignage des professionnels du territoire fait état d'un renforcement de l'attractivité de la destination, notamment au regard de comportements nouveaux des urbains : départs morcelés, raccourcissement des distances, attrait marqué pour les espaces naturels périurbains.

Il existe donc un enjeu majeur du traitement de l'excursionnisme dans la destination Chartreuse. Répondre dans le cadre de cette stratégie aux attentes de ces visiteurs de courte durée par des offres attractives et structurées permettra :

- D'accroître la dépense moyenne des visiteurs en proposant des prestations et services répondant à leur besoin de confort, de rupture et d'expérience ;
- De faire de chaque excursionniste un ambassadeur de la destination, en s'appuyant sur le capital affectif de la Chartreuse. Ces excursionnistes fidélisés deviennent à leur tour des prescripteurs du territoire vis-à-vis de leurs parents, de leurs amis, et potentiellement des consommateurs de séjours marchands ;
- De pérenniser l'activité des nombreux acteurs de loisirs qui dépendent directement de ces flux : prestataires d'activités, restaurateurs, sites de visites et musées, etc. ;
- De permettre au territoire de consolider son offre et d'atteindre un seuil structurel autorisant le développement à moyen terme du volume des séjours d'agrément ;

Cette stratégie vise donc à considérer l'attractivité de la destination Chartreuse pour l'excursionnisme comme une étape vers une attractivité touristique renforcée.

Tendances du tourisme : les opportunités pour la destination Chartreuse :

Le marché français et européen du tourisme et des loisirs obéit à des tendances de fond et à des évolutions conjoncturelles. L'approche client, qui a été le parti-pris de la stratégie, nous a incité à mieux appréhender ces évolutions afin d'identifier les nombreuses opportunités qu'elles ouvrent pour la destination Chartreuse. Il est ressorti de cette analyse collective l'identification des forces et des faiblesses pour le territoire, permettant de tracer les premiers enjeux :



Tendance	Atouts	Faiblesses	Enjeux pour la Chartreuse
Besoin de Rupture avec la vie du quotidien, que ce soit pour une excursion, un week-end ou de « vraies vacances »	Contraste paysager fort par rapport à la « vallée »	Risque d'image dénuée	Valorisation du contraste ville/Chartreuse auprès des urbains
Exigence de Qualité : 20% des français consomment 70% des courts-séjours. Ils privilégient les hébergements confortables et thématiques : « on veut au moins aussi bien que chez soi ».	Quelques offres modernes en hébergement	Des hébergements en nette sous-qualité globale	Sélection des offres en fonction du niveau de qualité attendu par les cibles
Rapport Valeur-Coût : 72% des français mettent en priorité la recherche du meilleur rapport qualité-prix.	Tarifs accessibles	Faible valeur distinctive de la Marque Chartreuse pour les non connaisseurs	Valorisation de la Marque Chartreuse Promotion des offres accessibles financièrement
Fractionnement du temps : les prix en hébergement marchand ont augmenté de 40% en 10 ans. Le touriste diminue la durée pour ne pas sacrifier le confort.	Zone de chalandise considérable à moins de 1h30	Destination traditionnelle d'excursion sans hébergement	Densification des offres de courts-séjours ciblés, qualifiés et thématiques
Facilité de Réservation : plus tardive, voire plus de réservation du tout ! Y compris pour les séjours d'été où 37% des français ont réservé à moins de 2 mois en 2014 (56% en hiver).	Outils de réservation disponibles : Open System	Très faible vente en ligne des hébergeurs	Déploiement d'une stratégie commerciale au service des professionnels
Explosion du « Non marchand » : les clients se tournent de plus en plus vers des formules non marchandes : parents, amis, prêt de logement, échange, résidence secondaire...	Offre conséquente en résidences secondaires	Aucune connaissance des comportements de ces clients	Utilisation des lits froids et communication auprès des habitants permanents et occasionnels
Météo-réactivité : Les comportements d'impulsion favorisent les décisions rapides de déplacement, mais aussi de renoncement, en fonction des conditions météo.	Des comportements de déplacement d'impulsion pour les urbains de proximité par beau temps	Grande dépendance aux activités de plein air. Offres couvertes assez restreintes	Développement des offres alternatives par mauvais temps sur le massif ou en partenariat avec les villes
Expertise individuelle : le touriste est aguerri, négociateur, exigeant, très réactif aux promotions, aux bons plans, aux bonnes affaires. Il ne supporte pas la fausse promesse.	Une proximité du client qui garantit une efficacité des actions commerciales de séduction	Des opérateurs commercialement faibles	Structuration des opérations commerciales : promotions, référencement partenaires, ...
Dépendance Numérique : Le média internet est utilisé par 82% des français pour préparer leur séjour.	Un site internet moderne, attractif et valorisant	Un sous-équipement numérique des professionnels du territoire	Déploiement d'un accompagnement numérique territorial
Proximité : La fragmentation des séjours amène les clients à privilégier les destinations de proximité offrant un dépaysement rapide et accessible	Accessibilité rapide	Concurrence autres massifs	Ancrage de la proximité comme un atout majeur dans l'esprit des prospects



Tendance	Atouts	Faiblesses	Enjeux pour la Chartreuse
Quête d'émotion/sens : toutes les pratiques touristiques sont orientées vers la recherche d'émotions positives partagées et la quête de sens.	Un territoire naturellement générateur d'émotions puissantes : relief, histoire, spiritualité...	Une difficulté à traduire ce ressenti concrètement dans les offres touristiques	Focalisation de tous les messages sur la projection émotionnelle du prospect : que vais-je ressentir ?
Nécessité de Rassurance : le client cherche à nouer une relation de confiance avec la destination. En accordant la sienne, il signe un contrat mutuel qui ne doit pas être déshonoré.	Une image d'authenticité rattachée spontanément à la Chartreuse	Risque de générer de la déception et de fausses promesses si offre peu qualifiée	Application rigoureuse dans la sélection des offres promues prioritairement

Sources : CREDOC 2014 & Pro-tourisme 2015

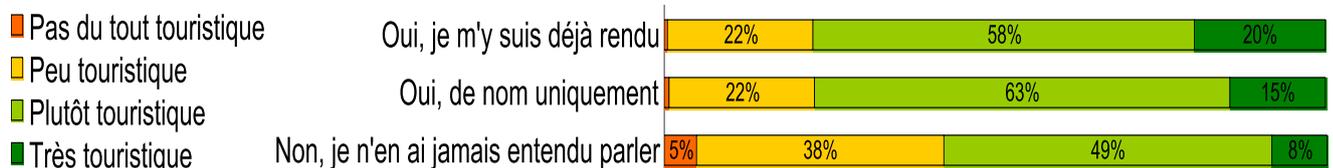
Enseignements de l'enquête clients-non clients menée en 2014 :

Dans le cadre de la stratégie marketing de la destination Chartreuse, finalisée début 2015, et dans un souci de connaissance fine des visiteurs et des prospects, une vague d'enquêtes a été réalisée, notamment auprès de 2 échantillons cibles de clients (déjà venus sur le territoire) et de non clients (jamais venus sur le territoire mais résidents de départements et régions de proximité).

Plusieurs enseignements majeurs ont pu en être tirés :

- La perception du caractère touristique de la destination Chartreuse est favorable chez les connaisseurs du territoire. Le **positionnement touristique de la Chartreuse est légitime et crédible** ;
- En revanche les non-connaisseurs sont moins nombreux à reconnaître ce positionnement touristique. La **projection touristique externe de la destination est à renforcer**.

Selon vous la destination Chartreuse est une destination...



- La destination Chartreuse est spontanément comparée aux massifs proches dont le Vercors, d'où la nécessité de **définir des traits de positionnement distinctifs** :



- La Marque Chartreuse souffre d'un **déficit de notoriété en tant que destination de tourisme** : 25% des non-clients déclarent que la destination « Chartreuse » ne leur évoque rien, 25% des répondants associent la « Chartreuse » à la liqueur et 23% à un massif de moyenne montagne. Seulement 7% identifient le Parc naturel régional et 6% réalisent l'association avec un édifice religieux.



- La **localisation de la destination** par les non clients reste problématique avec seulement 1 personne sur 2 situant le territoire sur le périmètre rhône-alpin :



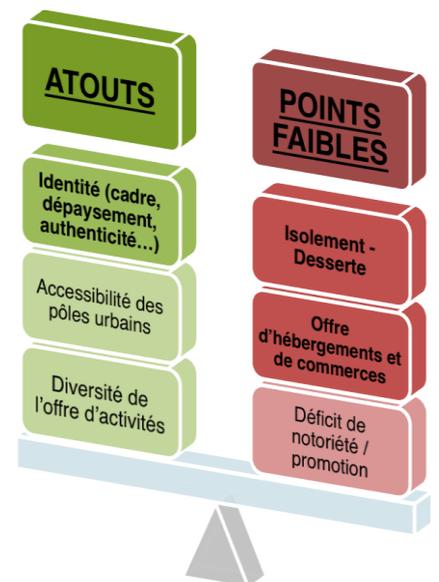
- Les clients mettent en avant le **caractère sauvage et naturel** de la destination dans une description sémantique riche :



- Tandis que les non clients focalisent leur projection sur le **caractère calme et montagneux**, pouvant induire une peur de l'ennui :



- Les principaux **atouts et faiblesses** identifiés :

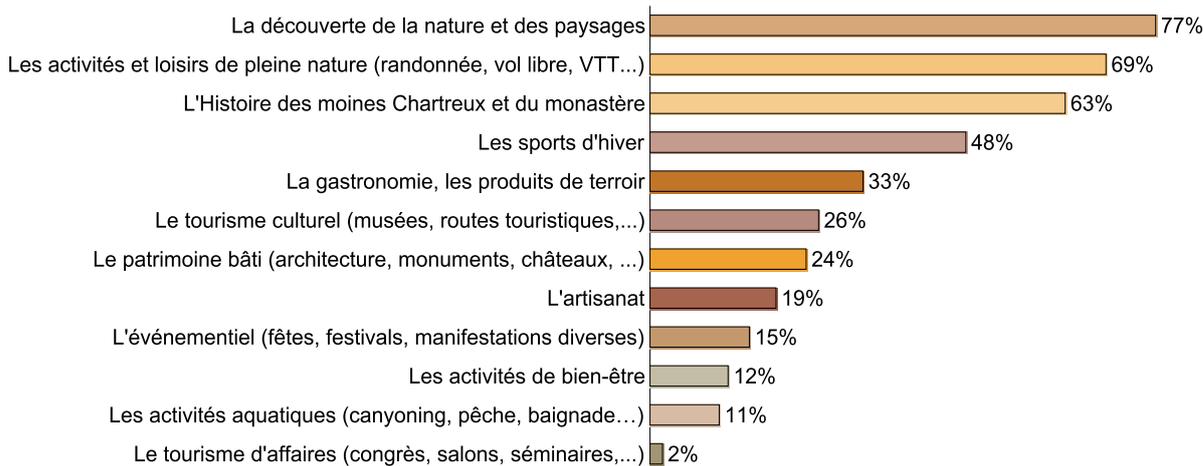


- 1/4 des répondants **ne peut citer une ville ou un site touristique du territoire**. Les premières citations sont la ville-station de Saint-Pierre de Chartreuse et le monastère de la Grande Chartreuse. **Les villes portes de Grenoble, Voiron et Chambéry** sont également citées comme appartenant à la Chartreuse.



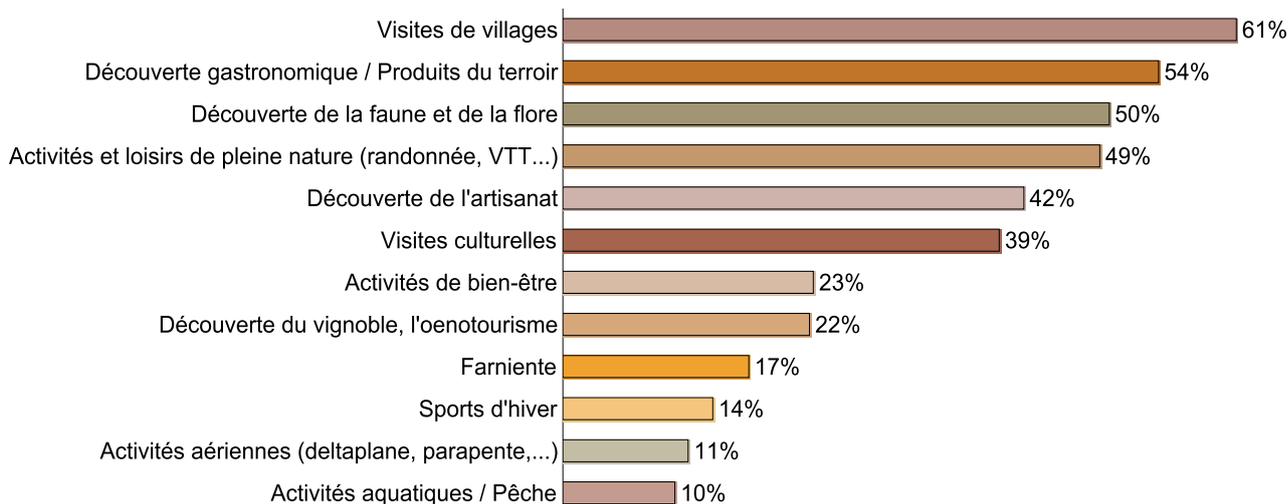
- La destination est perçue touristiquement au travers de ses **atouts naturels principalement** :

Selon vous, la destination Chartreuse est plutôt une destination axée sur :



- Alors que les souhaits et besoins d'activité et de visite se tournent spontanément vers les **filières culturelles et patrimoniales** (d'où un travail nécessaire sur la visibilité et la qualité de cette offre attendue) :

Si vous deviez imaginer une journée touristique en Chartreuse, quelles activités souhaiteriez-vous pratiquer ?



- Les images spontanément associées au territoire confirment les **fortes projections axées sur les richesses naturelles et environnementales** du territoire et le déficit de perception de l'offre culturelle et patrimoniale :

Quelles images associez-vous le plus à la destination Chartreuse ? (choisir 1 à 3 images)

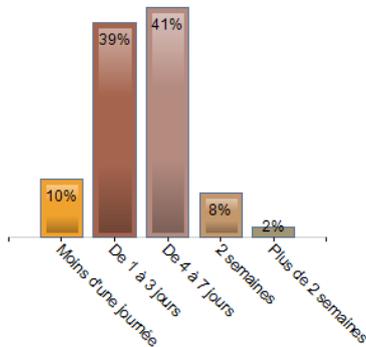


- **Les non clients** sont sensibles à une description de la destination et se projettent spontanément vers un court-séjour au printemps ou en été (**faible attractivité spontanée de l'hiver**) :

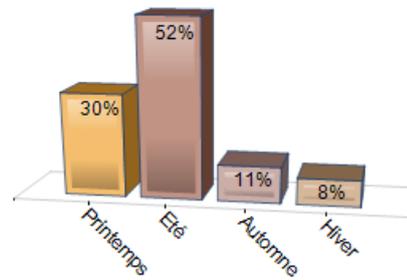
Cette description vous donne-t-elle envie de vous rendre en Chartreuse ?



Combien de temps pourrait durer votre visite / séjour en Chartreuse ?

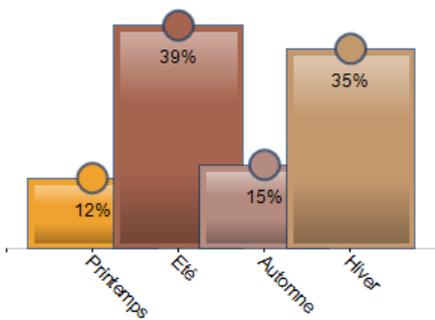


A quelle période de l'année viendriez-vous ?

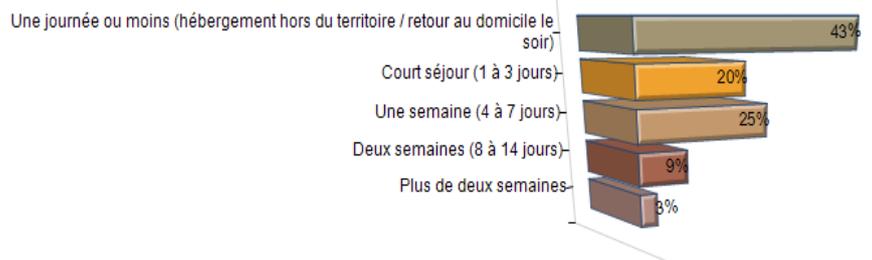


- **Les clients actuels** décrivent des visites axées sur les 2 saisons été et hiver, dont une **partie importante en excursion**

A quelle période de l'année êtes-vous venu ?



Combien de temps avait duré votre visite / séjour en Chartreuse ?



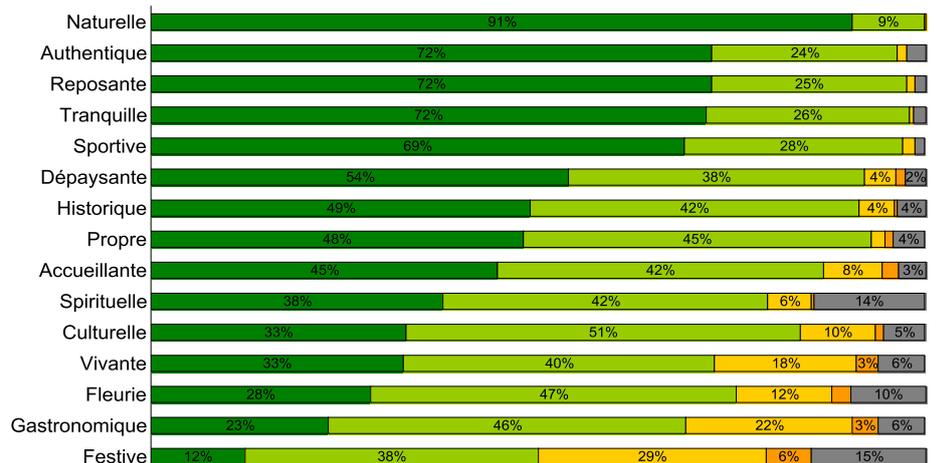
Quels sont les sites que vous connaissez, ne serait-ce que de nom ?

- Pour les connaisseurs, et à l'exception du Monastère de la Grande Chartreuse, la notoriété des sites majeurs du territoire se focalise sur **les sommets emblématiques du Massif** :



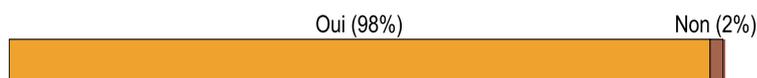
- Les attributs **culturels, festifs, gastronomiques, vivants, ne sont pas spontanément reconnus à la destination**, avec pour corollaire la peur de l'isolement et de l'ennui :

Diriez-vous que la destination Chartreuse est une destination...



- L'attachement à la destination est extrêmement fort :

Recommanderiez-vous la destination Chartreuse à vos proches ?



Enjeux :

- **Rassurer le prospect** en renforçant l'attractivité culturelle, festive, artistique, historique et patrimoniale de la destination qui fait défaut.
- **Construire et promouvoir des offres ciblées** en fonction du profil des visiteurs et garantissant une expérience client qualitative et homogène, permettant la fidélisation.
- **Renforcer l'offre de courts-séjours thématiques** au printemps et en été, répondant aux attentes spontanées des visiteurs potentiels.
- **S'appuyer sur les sites et produits à forte notoriété** pour promouvoir la destination Chartreuse.
- **Préserver la qualité des sites à forte notoriété.**
- **Se différencier des territoires** perçus comme concurrents en adoptant un positionnement différencié, en mettant en scène l'offre touristique de Chartreuse et en « racontant une histoire » au visiteur.
- **Faire de la proximité un atout** en incitant les urbains à approfondir la découverte de la destination Chartreuse via des excursions marchandes et des courts-séjours thématiques.

III. L'OFFRE TOURISTIQUE

III.1. Gouvernance

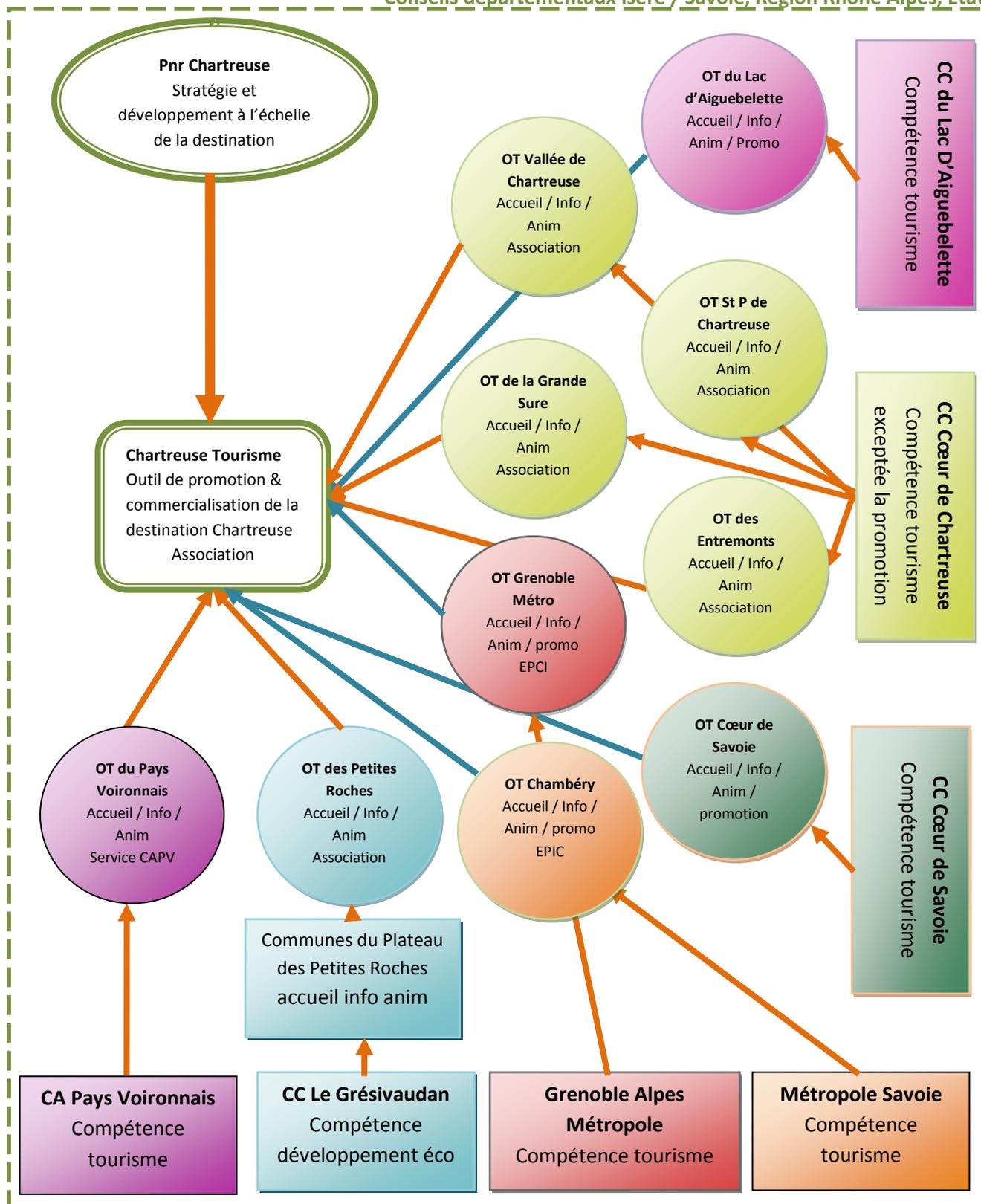
Les faits marquants de la période 2007 à 2014 :

Dès 2014, par anticipation des effets de la loi NOTRe, les élus (Communes et EPCI) et les socioprofessionnels, avec le pilotage de l'animateur EV, ont travaillé à la définition des scénarii de réorganisation du tourisme à l'échelle de la destination. Le cahier des charges qu'ils ont élaboré était le suivant :

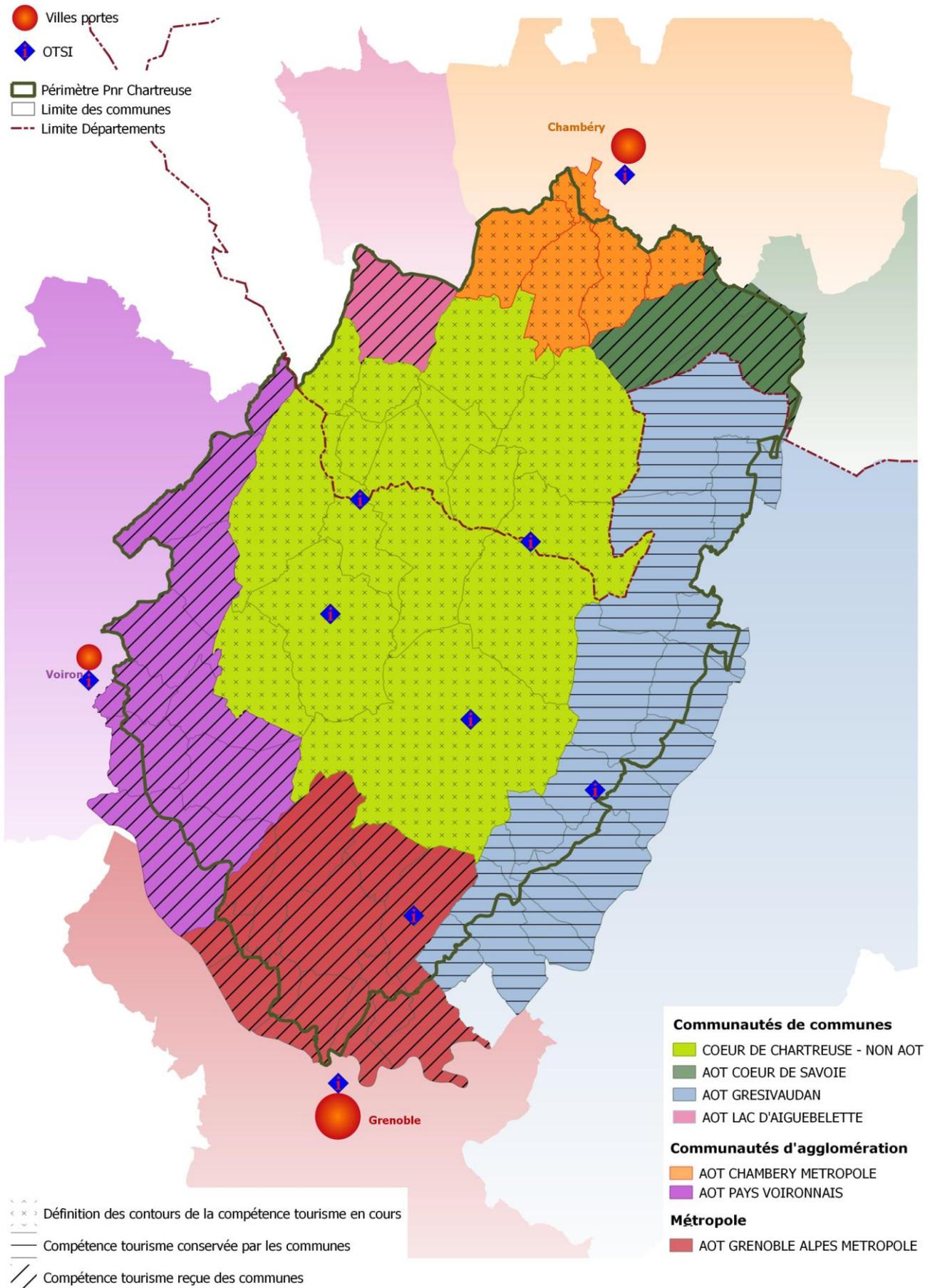
- **Posséder un outil de développement et de promotion en adéquation avec le bassin de consommation touristique qui s'affranchit des limites administratives ;**
- **Éviter l'essaimage des moyens techniques et financiers ;**
- **Introduire plus d'économie et d'emploi** sur le massif et notamment dans le tourisme. Le Tourisme regroupant ici, le séjour, l'événementiel et l'excursionnisme, qui constitue le volume majoritaire des flux d'agrément de la destination ;
- **Installer une gouvernance combinant la décision au niveau des élus et la mobilisation des « forces vives » ;**
- **Stimuler l'innovation et la créativité afin de positionner favorablement le territoire vis-à-vis de l'accueil de nouveaux investisseurs.** Marketing territorial : le service comme facteur différenciant d'attractivité du territoire ;
- **Développer une politique de promotion touristique « Destination Chartreuse » ambitieuse** en s'appuyant sur les nouveaux acteurs (entreprises et réseaux bénévoles) et les nouveaux projets structurants tout en **poursuivant le travail aux échelons des villes portes, des départements et de la région ;**
- **Développer le caractère transversal du tourisme** (lien avec l'agriculture, la forêt, l'économie, les patrimoines, l'urbanisme et surtout les habitants).



Conseils départementaux Isère / Savoie, Région Rhône Alpes, Etat



Carte des Offices de tourisme en lien avec leur intercommunalité de rattachement



Forces	Faiblesses
<p>Un consensus politique autour de la destination Chartreuse comme échelle pertinente pour penser et mettre en œuvre le développement, la promotion et la commercialisation de l'offre touristique ;</p> <p>Une notoriété naturelle de la Marque Chartreuse ;</p> <p>Une organisation qui mutualise déjà des outils de communication, de promotion et de commercialisation touristique à l'échelle de la destination Chartreuse et qui commence à se mailler avec les niveaux départementaux, régionaux et les villes portes ;</p> <p>Une capacité du territoire à se mobiliser et à porter des événements dont la notoriété dépasse largement le cadre du massif (Coupe Icare, Festival Brel,...) ;</p> <p>8 OTSI² qui couvrent une grande partie du massif.</p>	<p>Un périmètre de la compétence touristique (Etat, Région, Département, EPCI) qui, correspond rarement aux bassins de consommation touristique, et pose la question de l'échelle pertinente pour traiter des différentes questions liées au tourisme (montage de produits ; promotion ; animation et accueil ; commercialisation).</p> <p>Un manque de sensibilisation de certains élus à l'importance des enjeux du tourisme (CA & emplois du tourisme par rapport à d'autres filières).</p> <p>Une rupture de charge entre les projets de développement, la promotion et la commercialisation.</p> <p>Une trop faible possibilité d'implication des élus du Parc et des EPCI dans Chartreuse tourisme du fait des statuts de l'association.</p> <p>Des capacités d'actions marketing de Chartreuse tourisme sous-dimensionnées au regard des enjeux de renforcement de la Marque Chartreuse</p> <p>Des communes non couvertes par des OTSI</p> <p>Sauf exception, un équilibre financier des OTSI fragile et qui de surcroît dépend très majoritairement de subventions publiques.</p> <p>Quelques filières encore trop peu fédérées : restaurants, stations de ski alpin.</p> <p>Une absence d'observation touristique locale qui limite le pilotage de l'activité touristique</p>
Opportunités	Menaces
<p>La mise en œuvre de la loi NOTRe qui devrait inciter à finaliser la réflexion en cours sur la gouvernance touristique à l'échelle de la destination et qui devrait permettre de renforcer les partenariats avec les nouveaux acteurs institutionnels : Grenoble Alpes métropole, Chambéry métropole,...</p> <p>La réforme du classement des OTSI qui incite à redéfinir le rôle et le fonctionnement des OTSI au regard des attentes et des comportements des clientèles</p> <p>La définition des nouveaux contrats régionaux, européens,... introduisant la notion de destination pertinente avec la consommation touristique et qui renforcent la pertinence d'une destination Chartreuse</p> <p>L'émergence de projets structurants permettant l'organisation d'événements d'ampleur, générateurs de retombées économiques et promotionnelles.</p> <p>La prise de conscience collective d'une nécessaire rationalisation des moyens pour une plus grande efficacité.</p>	<p>La mise en œuvre de la loi NOTRe qui peut aussi conduire à l'éclatement de la destination.</p> <p>La réforme du classement des OTSI qui peut éloigner encore un peu plus les socioprofessionnels.</p> <p>Les évolutions rapides des attentes clientèles</p> <p>Le développement de nouvelles destinations touristiques et le renforcement des consommations concurrentielles (multimédia, jardinage, équipement de la maison, ...).</p>

² OTSI Offices de tourisme et Syndicats d'initiative



Enjeux :

- La mise en place d'une gouvernance à l'échelle de la destination « Chartreuse » ;
- La création et l'animation d'un espace de parole autour des projets de développement touristique ;
- L'accroissement de la cohérence et de la lisibilité de l'organisation du tourisme ;
- Le développement de la culture touristique des élus et des habitants ;
- La mutualisation efficace des moyens ;
- La mise en place d'une organisation apprenante ;
- La modernisation des OT tant en matière de missions que structurelle (lieu d'accueil physique).

III.2. L'offre d'hébergements**Les faits marquants de la période 2007 à 2014 :**

- La refonte de la politique d'accompagnement des hébergements marchands ;
- L'accélération de la fermeture des centres de vacances et des établissements hôteliers ;
- L'expérimentation de projets d'hébergements originaux et différenciants : la Da'hutte, les Greniers de Chartreuse et le site l'Evasion au naturel ;
- Le lancement d'une expérimentation concernant la mobilisation des lits froids en résidences secondaires.

Zoom :**Da'hutte (Accompagné à travers le précédent Espace valléen).**

Les Da'Huttes de Chartreuse ont été conçues et réalisées afin de proposer une forme d'hébergement nouvelle et différenciante pour les propriétaires et gestionnaires de campings.

L'opération a consisté à expérimenter la mise en marché d'une offre locale d'éco-habitations légères de loisirs (HLL) en proposant un concept architectural original en bois de Chartreuse.

4 modules ont ainsi été fabriqués et implantés sur le Camping de l'Ourson (camping municipal dont la gestion est confiée à une SARL).

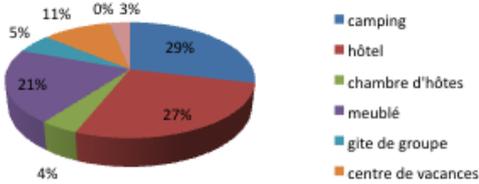
Depuis leur installation en 2011, l'activité du camping ne cesse de croître (ouverture à l'année, augmentation du taux d'occupation des emplacements nus et augmentation régulière du taux d'occupation des HLL). Les retours clientèles sont très satisfaisants (fonctionnalité, ambiance, convivialité, démarche, esprit camping,....)

Ce projet a permis de renforcer la notoriété du camping (de nombreuses actions de communication, voyages d'études... ont été organisés, fréquentation qui contribue à l'attractivité globale du massif).

Ce projet a mobilisé plus de 50 artisans locaux et des bois locaux qui n'ont pas fait plus de 60 km entre leurs lieux de production, de mise en œuvre et d'installation.



Etat des lieux / diagnostic :

Forces	Faiblesses
<p>10 ans de politique volontariste de soutien et de développement des hébergements avec une prise en compte des enjeux du développement durable :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 59 projets aboutis (sur 230 demandes) - 844 lits créés ou qualifiés (+ 13% de la capacité totale du massif) - 555 500 € de subventions apportées <p>Un réseau d'hébergements dynamique « Marque accueil du Parc naturel régional de Chartreuse ».</p> <p>Un impact économique estimé à 3,3 k€ par lit marchand soit 29 M€ à l'échelle de la destination</p> <p>Une montée en gamme effective et des taux d'occupation largement supérieurs à la moyenne du territoire pour les nouvelles offres (tous types d'hébergements)</p> <p>Une augmentation du nombre d'hébergements classés (73)</p> <p>33% des hébergeurs engagés dans une démarche de développement durable.</p> <div style="text-align: center;">  </div>	<p>Un déficit quantitatif de l'offre : 8 300 lits marchands/19 000 lits froids</p> <p style="text-align: center;">Répartition de la capacité en lits par typologie d'hébergements</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>68 % de l'offre est diffuse et concerne des petites unités en gîtes et en chambre d'hôtes.</p> <p>Une densité de lits touristiques en Chartreuse de 0,3 lit/habitants alors que la moyenne régionale des Parcs est de 1,7 lits/habitants.</p> <p>Une offre classique de moins en moins en adéquation avec les attentes du marché</p> <p>Une capacité d'accueil « groupe » de type autocaristes insuffisante.</p> <p>Des secteurs plus touchés que d'autres tels que l'hôtellerie familiale et les centres de vacances (- 63% de capacité d'accueil en 10 ans)</p> <p>Une capacité d'accueil en résidences secondaires presque 3 fois supérieure à celle des hébergements marchands</p> <p>Une promotion et une commercialisation peu efficiente malgré l'existence d'outils adaptés (open system)</p>
Opportunités	Menaces
<p>Une réelle volonté politique pour soutenir cette filière</p> <p>Tendance nationale, plus de 60% des séjours et 50% des nuitées se font en hébergement non-marchand</p> <p>56% des français sont prêts à privilégier un hébergement disposant d'un écolabel</p> <p>Le développement de l'économie du partage ou économie collaborative, pourrait, dans sa traduction touristique ouvrir une nouvelle capacité en matière de lits touristiques non marchands.</p> <p>Le déploiement du chéquier expertise mis en œuvre par la Région Rhône Alpes</p>	<p>Disparition des lits touristiques au bénéfice des lits résidentiels du fait de la pression foncière</p> <p>Un accroissement de la concurrence avec les pays en voie de développement</p> <p>Un risque de développement de projets sans lien avec les enjeux locaux.</p>



Malgré une politique volontariste, de plus de 10 ans, pour accompagner le développement et la qualification des hébergements touristiques et avec les fermetures successives d'hébergements de grosse capacité, les élus ont pris conscience de la faible maîtrise qu'ils pouvaient avoir de cette filière. Filière qui, au-delà de constituer le pilier central de l'activité touristique marchande, contribue largement à l'économie générale et au maintien des services au sein du massif.

Aussi, les élus ont pris la décision, en cohérence avec le positionnement de l'Espace valléen 2007-2013, de lancer une réflexion stratégique afin de redéfinir les orientations et les actions qui permettraient de faire évoluer cette maîtrise et plus généralement de rendre le tourisme plus marchand.

Les éléments issus de ce travail de co-construction mené sur plusieurs années sont les suivants :

Enjeux :

1. **L'amélioration de la qualité des hébergements ;**
2. **Le renforcement de la promotion territoriale ;**
3. **L'optimisation de la commercialisation des hébergements ;**
4. **La mobilisation des lits froids ;**
5. **La diversification de l'offre d'hébergement par l'innovation et l'insolite ;**
6. **La remise sur le marché d'une offre destinée aux groupes ;**
7. **Le renforcement de la complémentarité avec la capacité des aires urbaines périphériques ;**
8. **L'équilibre les territoires concernés par la « rurbanisation » ;**
9. **Le développement de la performance et de l'efficace dans la politique d'aides ;**
10. **Le renforcement de l'animation de la Marque Parc ;**
11. **La modernisation de l'offre de HPA ;**
12. **Le ré-ancrage de l'hébergement dans son territoire ;**
13. **La définition d'une politique foncière du territoire ;**
14. **Le développement des nouvelles mobilités du séjour (lien avec la stratégie mobilité)**

Les pistes d'actions :

Après des hébergements :

Accompagner l'adaptation de l'offre Chartreuse aux demandes des clientèles

- Susciter le développement d'une offre d'hébergements novateurs (ancrage territorial fort, typologie, expériences et services vécus...) par typologie d'hébergements ;
- Accompagner la qualification de l'offre ;
- Favoriser l'émergence de produits touristiques ;
- S'assurer de la validité des projets d'hébergements touristiques éligibles ;
- Déployer un accompagnement spécifique pour les centres de vacances et les hébergements relevant du TSS ;
- Mobiliser les lits existants (lits froids) ;
- Remettre sur le marché une offre de groupe adaptée aux cibles (problématique de l'hôtellerie rurale, hébergement de groupe à redimensionner et à adapter) ;
- Favoriser l'émergence de produits d'itinérance (offres d'hébergements en lien avec les axes itinérants et la diversité des pratiques).

Encourager la professionnalisation et la formation continue des hôtes :

- Proposer un programme d'éducteurs ;
- Proposer des formations en e-learning sur différentes thématiques : restauration, accueil, outils de communication... ;
- Faciliter l'accès aux formations proposées par les partenaires (Trajectoires tourisme notamment) ;
- Animer le réseau des hébergeurs Chartreuse : newsletters, évènementiels... pour favoriser les rencontres et les partenariats ;
- Proposer des formations complémentaires : ancrer son offre, connaissance du territoire... ;



Soutenir l'efficacité des actions de promotion et de commercialisation :

- Optimiser la commercialisation web des hébergements ;
- Favoriser l'émergence de produits touristiques pour la commercialisation d'offres packagées ;
- Développer l'usage de l'outil Open System ;
- Proposer une gamme de services attractifs et novateurs pour faciliter la mise en marché des meublés et résidences secondaires ;
- Remettre en marché une offre à destination des groupes.

Actions « backoffice » :

Proposer une nouvelle gouvernance locale en matière d'accompagnement des hébergements touristiques afin de faciliter le parcours des porteurs de projets et de sortir d'un processus d'accompagnement sans bénéfice/valeur ajoutée pour le territoire.

S'assurer d'une cohérence globale avec les autres champs du développement : économie, aménagement et urbanisme, environnement, mobilités ...

- Définir une stratégie foncière pour le territoire Chartreuse et la décliner dans les outils de planification et préserver l'équilibre du développement « rural » ;
- Faciliter l'accès au territoire, les déplacements à l'intérieur et favoriser les mobilités douces ;
- Être complémentaire et différent de la capacité d'accueil des aires urbaines périphériques.

Améliorer la promotion du territoire (étude de positionnement en cours)

- Renforcer la promotion territoriale en définissant et valorisant le positionnement du territoire dans lequel l'hébergement prendra toute sa place.

Les actions prioritaires identifiées :

- **Poursuivre de l'expérimentation de la mobilisation des lits froids** : mettre sur le marché une capacité d'accueil potentielle non exploitée face à un déficit criant d'hébergements marchands. Mise en place d'un partenariat avec les agences immobilières pour la création d'une structure de services de conciergerie en s'appuyant sur l'emploi local ;
- **Redynamiser et repositionner l'activité des centres de vacances** : leur avenir est menacé par les évolutions réglementaires et du marché face à des modes de gestion souvent non adaptés. Accompagnement individuel des centres par le dispositif chèque expertise de la Région, d'une part et nécessité d'avoir une approche territoriale de cette activité, d'autre part ;
- **Poursuivre la diversification de l'offre d'hébergement en accompagnant les projets novateurs et insolites, dans la continuité de la Da'hutte et des gîtes greniers.**

Ces 3 actions prioritaires seront proposées dans le programme d'actions de la stratégie.



III.3. Offre activités et loisirs de pleine nature

Les faits marquants de la période 2007 à 2014 :

Création et développement du concept de « Station de trail »

L'Ultra trail de Chartreuse, « Le Grand Duc » est l'un des tout premiers trail français. Il a fêté ses 27 ans en 2015. En préfiguration de la création du Parc naturel régional, George Galle, vainqueur du Grand Duc, relie symboliquement les communes adhérentes au projet.

Création de la première Station de trail à St Pierre de Chartreuse avec :

- 18 parcours et 5 ateliers ;
- Plus de 10 000 visiteurs par an ;
- Événements : 6 événements dont « les 3 jours de Chartreuse » ;
- Partenariats locaux avec hébergeurs et centre de vacances, espace bien être...etc ;
- Extension en 2015 avec 5 parcours sur le plateau des petites Roches et 3 parcours depuis Grenoble ;
- Diversification des professionnels locaux et de leurs activités ;
- Mise en place de l'Espace ski de randonnée en partenariat avec les loueurs et les professionnels de Chartreuse.

Développement du réseau :

- 16 stations de trail dont 1 à la Réunion, 1 en Espagne et 1 en Belgique ;
- 4 spots de trail ;

Inauguration de la base de loisirs Rivière'Alp :

Composée d'une baignade écologique et d'une promenade de découverte ludique accessible, la base de loisirs Rivière'Alp, pour sa première saison estivale d'exploitation (juillet & août) enregistre une fréquentation de 20 000 personnes. Située aux Echelles, elle constitue avec le site de Saint-Christophe-la-Grotte, un pôle d'activités et de loisirs de pleine nature structurant de la destination.

Etat des lieux / diagnostic :

Filières	Priorité	Pratiques	Nombre de sites ou km	Nbre de structures et/ou professionnels indépendants	Contribution à la notoriété du massif – Lien à la stratégie marketing
GRIMPE	4	Escalade – Sites écoles	14 (dont 5 PDESI 38)	3	1 site de haut niveau (rocher du midi) à forte notoriété 1 falaise école (Le Luiset) à notoriété nationale Le massif n'est pas identifié comme destination pour l'escalade – Pratique régionale
		Via Ferrata	4 (dont 1 PDESI 38)	3	Tous niveaux Innovation / expérimentation nouveau système de sécurité (Prisme)
		Accro-spéléo	1	3	Offre importante et tous niveaux existants mais peu valorisée Innovation avec accro-spéléo et territoire support d'innovation (Petzl, prisme...)
		Spéléologie	Plusieurs centaines de km de cavités		
		Canyon	4 (dont 1 PDESI en cours)	5	1 canyon d'initiation proche du bassin Chambérien (utilisé par de nombreux professionnels hors massif) Le massif n'est pas identifié comme destination pour le canyon
	Parcours acrobatiques forestiers / Grimpe d'arbres	3	5	1 site privé et 2 régies communales / sites conventionnés pour la grimpe d'arbre	



Filières	Priorité	Pratiques	Nombre de sites ou km	Nbre de structures et/ou professionnels indépendants	Contribution à la notoriété du massif – Lien à la stratégie marketing
VOL LIBRE	3	Décollages officiels parapente	5 (dont 4 PDESI)	7	Site de renommée internationale avec événement Coupe Icare (St Hilaire du Touvet – cf. zoom) Site engorgé et manque d'ancrage territorial
		Décollages montagne	8		
PEDESTRE	1	PDIPR	1300 km	20	Activité principale qui fait la notoriété du massif.
		Sentiers Thématiques	38		Offre importante sur le positionnement de la découverte et de l'interprétation mais trop confidentielle
		Trail / Station de trail	18 parcours 100 % PDIPR sauf ateliers sur sites propres	3	Massif identifié sur l'activité trail avec la 1ère station de trail en France
		Parcours d'orientation	5	5	Parcours confidentiels
VTT / CYCLO	2	Circuits VTT - Cross country	56 km (en cours de développement)	5 professionnels et 3 loueurs	Toutes pratiques représentées Un les premiers massifs à développer le VTT DH
		Circuits cyclotouristiques	16		Notoriété des cols en cyclotourisme
		Grandes itinérances (GR, chemins du soleil VTT...)	5		Offre importante et diversifiée
		Site de Descente	1		
		Bike Park (pump track, pilotage, trial...)	5	5	Événements de notoriété régionale
		Nouvelles glisses (mountain board, Trotinettes Tous Terrains ...)	3	2	Massif insuffisamment identifié sur cette filière et des services à développer pour répondre aux attentes des pratiquants
EQUESTRE		Circuits équestres	À qualifier	6 en ânes bâtés et 4 en randonnée équestre	Massif non identifié sur cette filière
PECHE		Sites pêche sans permis	2 sites privés		
		Parcours et plan d'eau / pêche avec permis	2 plans d'eau et 2 parcours rivière	1	

Zoom :

Des événements qui dopent l'activité économie et renforcent la notoriété de la destination Chartreuse.

La Coupe Icare

Événement se déroulant sur 4 jours (3^{ème} week-end de septembre), la Coupe Icare propose un salon professionnel, un festival cinématographique, des conférences, des concours de déguisement d'objets volants, des animations autour du vol libre, l'aérogologie, les rapaces ...etc., un espace restauration/buvette et des concerts.

Quelques résultats :

Au total, 751 questionnaires ont été remplis (528 spectateurs et 223 participants) ;

Toutes catégories confondues, 57 % du public interrogé sont des pratiquants de vol libre, 70 % sont des hommes et 50 % ont entre 30 et 50 ans ;

Majoritairement, le public est d'origine régionale voire nationale mais on compte près de 9 % d'étrangers essentiellement ressortissants de l'Union Européenne. Les visiteurs viennent en groupe d'une moyenne de 3,5 personnes ;

Les catégories socioprofessionnelles les plus représentatives sont les cadres et les professions supérieures (23,5%) et les employés (31,8%) ;

Les retombées économiques ont été estimées pour 20 000 visiteurs à 853 942 €. Un chiffre qu'il conviendrait d'actualiser puisque la fréquentation de l'événement se situe, depuis quelques années, entre 70 000 et 100 000 visiteurs.

Les « 3 jours de Chartreuse »

Enquête réalisée en 2012 auprès de 420 coureurs sur un total de 650 dossards

48 départements étaient représentés, 4 pays étrangers (Belgique, Italie, Suisse et États-Unis).

Les retombées économiques pour le territoire sont estimées à 84 000 € hors dépenses de l'organisateur.

A ces retombées économiques, il faut rajouter les retombées médiatiques avec, notamment de nombreux reportages sur les chaînes TV nationales et régionales qui, indirectement renforcent le positionnement du massif comme destination de sports de nature.

Etat des lieux / diagnostic :

Forces	Faiblesses
<p>Image et notoriété du massif étroitement liées, à la liqueur qui est mondialement connue.</p> <p>Une identification du massif de Chartreuse comme lieu de pratique des ALPN pour les bassins de population régionale.</p> <p>Diversité de l'offre</p> <p>Dynamisme des acteurs locaux et capacité d'innovation</p> <p>Réseau en cours de structuration autour du Parc et de Chartreuse tourisme</p> <p>Territoire préservé des infrastructures lourdes et richesse des patrimoines et des paysages reconnue et appréciée par les visiteurs.</p>	<p>Visibilité des offres insuffisantes</p> <p>Offres événementielles encore trop peu valorisées</p> <p>Pas de réel positionnement : difficulté à valoriser la diversité qui est la richesse et la force du territoire.</p> <p>Manque de qualité et d'homogénéité dans les points d'accueil/points de départ/parkings</p> <p>Conflits d'usages et de partage de l'espace</p>



Opportunités	Menaces
<p>Territoire périurbain avec plus de 4 millions d'habitants à moins d'2h</p> <p>Filière sports de nature en développement avec une démocratisation et avec des activités nouvelles émergentes et communicantes (sensations, paysages, aventure...)</p> <p>Politiques départementales (Plan Départemental des Itinéraires de Promenade et de Randonnée (PDIPR) et Plan Départemental des Espaces Sites et Itinéraires (PDESI)).</p> <p>Politique régionale (sport pour tous, soutiens aux manifestations, haut niveau, ...etc.)</p> <p>Proximité d'équipementiers outdoor pouvant être intéressés pour une dynamique commune.</p> <p>Construction en cours d'un partenariat avec la Communauté d'agglomération du Pays Voironnais autour des ALPN, du site de la Brunerie et d'Inolab sur la thématique sports santé.</p>	<p>Offres similaires sur d'autres territoires homologues (Vercors, Bauges...)</p> <p>Déficit croissant en hébergements touristiques (quantitatif et qualitatif)</p> <p>L'usage de la voiture individuelle comme moyen de transport majoritaire nécessitant des aménagements lourds et impactant le bilan écologique du massif.</p>

Enjeux :

- **Le développement de la contribution des ALPN à l'économie et à l'emploi de la destination en vue de diversifier son modèle économique ;**
- **L'installation des conditions permettant de limiter les conflits d'usages et d'améliorer le partage de l'espace ;**
- **La poursuite du développement de la notoriété du massif comme destination de pratique des activités de pleine nature ;**
- **Le renforcement de l'intégration des critères du développement durable dans les équipements et les pratiques d'ALPN ;**
- **L'accompagnement et la facilitation de l'innovation et de l'expérimentation pour accroître la dynamique du territoire.**

Les orientations :

- **La Chartreuse, ma première découverte de la montagne ;**
- **La Chartreuse, un territoire d'innovation et d'expérimentation des ALPN.**

Les pistes d'actions :

- **Mettre en place et animer un outil de gouvernance des ALPN** qui permette de discuter des projets avec tous les usagers du massif ;
- **Accompagner les professionnels** dans la qualification et la diversification de leurs activités ;
- **Qualifier, aménager et structurer** le réseau de sites et d'espaces de pratiques ;
- **Structurer un réseau d'hébergements liés à la pratique des sports de nature et facilitant l'itinérance ;**
- **Développer et structurer une offre d'outils de découverte ludique et pédagogique ;**
- **Faciliter la mobilité douce ;**
- **Favoriser les synergies public/privé** et faire émerger de nouveaux concepts ;
- **Soutenir et favoriser les éco-événements** pour un territoire vivant et accueillant ;
- **En lien avec la stratégie marketing du territoire : communiquer autour de la notion de « première expérience »**
- **Commercialiser des produits innovants et ciblés.**



III.4. Offre neige

Les faits marquants de la période 2007 à 2014 :

Sous l'impulsion de la Présidente du Parc et avec le soutien du Président de la Communauté de communes Chartreuse Guiers, **un important travail de concertation a été animé**, dans le cadre de l'Espace valléen précédent, afin, d'une part, de refonder collectivement une offre neige à l'échelle de 4 communes (Saint-Pierre d'Entremont, Saint-Pierre de Chartreuse, Sarcenas et le Sappey en Chartreuse) et, d'autre part, co-construire une nouvelle gouvernance de cette offre neige.

Dans un deuxième temps, les autres sites neige (Entremont le Vieux, Saint-Bernard-du-Touvet et Saint-Hilaire du Touvet), informés régulièrement des avancés de ce travail, auraient été associés.

Ce travail a permis la rédaction d'une feuille de route précisant les investissements et le fonctionnement des sites neige à l'échelle de 4 communes avec pour objectifs :

- **La définition précise du positionnement de chacun des sites** neige au niveau alpin comme nordique ;
- **La définition des périodes d'exploitation ;**
- **Les actions de développement de l'offre neige et hors neige ;**
- **La création d'une Autorité Organisatrice du Transport** avec une gouvernance élargie aux EPCI, au Parc de Chartreuse et au Conseil départemental.

Cette feuille de route, malgré une délibération favorable de toutes les communes compétentes, a été abandonnée suite à la rupture des discussions par la commune siège de la station de ski alpin la plus importante : Saint-Pierre de Chartreuse.

Toutefois, on notera que certaines opérations qu'elle contenait ont été réalisées, sans exhaustivité :

En nordique :

- Arrêt des investissements aux altitudes les plus basses pour un déploiement concentré au col de Porte ;
- Équipements utilisables toute l'année avec ou sans neige ;
- Exploitation collective des 3 sites nordiques ;

En alpin :

- Amélioration très importante de la skiabilité entre les secteurs de Saint-Pierre de Chartreuse et Le Planolet pour constituer une seule et même station ;
- Développement du secteur débutant directement en front de neige côté Le Planolet, amélioration de la qualité de l'accueil des clients et rationalisation de l'exploitation du domaine.

Zoom :

Espace ludique du col de Marcieu (accompagné à travers le précédent Espace valléen).

Après, d'une part, la définition d'un positionnement marketing différenciateur et, d'autre part, l'élaboration d'un schéma directeur d'aménagement, la commune a réalisé des équipements qui lui ont permis de :

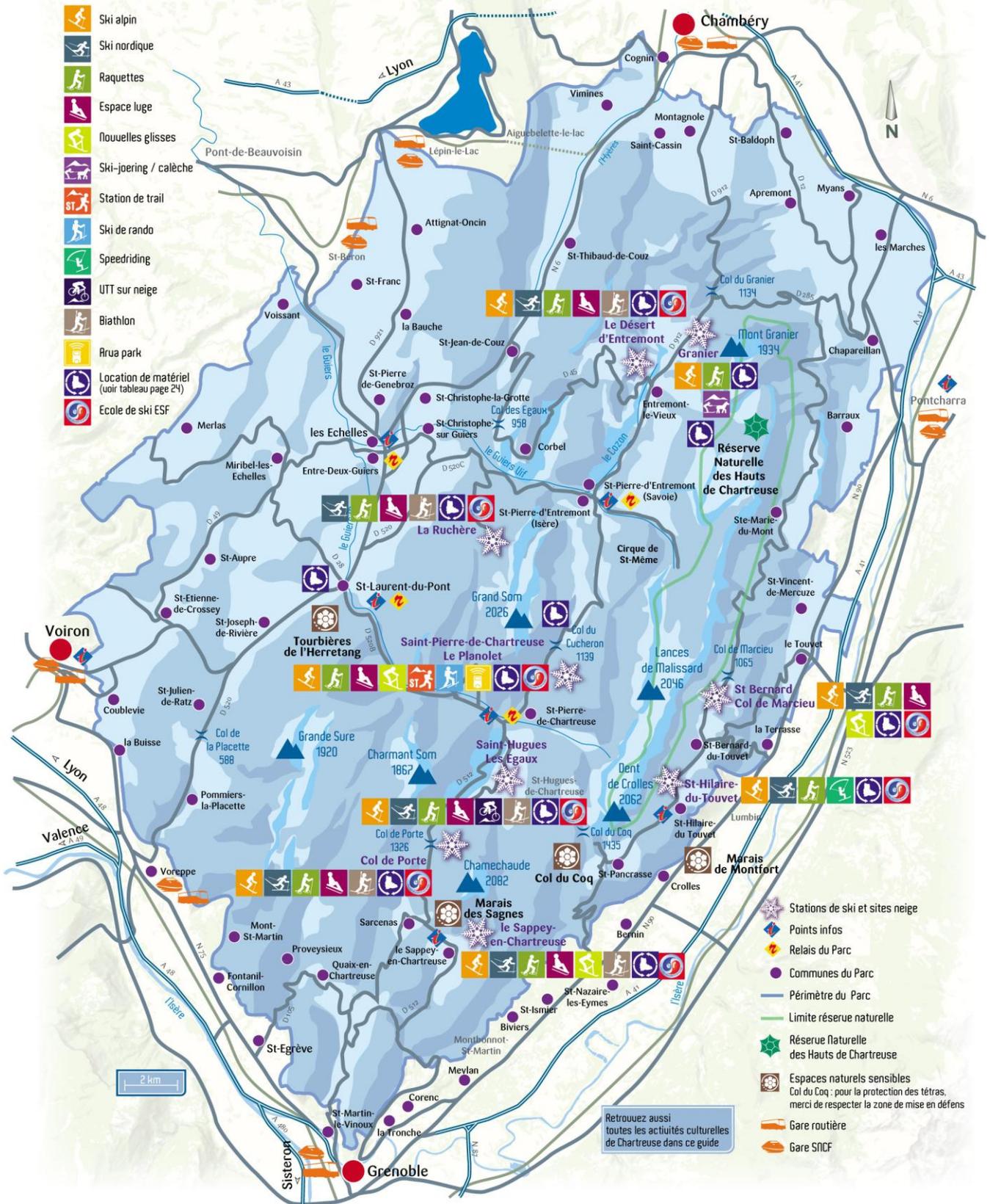
Rationaliser et sécuriser l'exploitation de ses remontées mécaniques (tapis et canons à neige sur les secteurs générant du chiffre d'affaire) ;

Étendre l'offre du site en ouvrant sur des activités hors neige (création d'un parcours acrobatique forestier de découverte, piste de tubing, filet ludique).

Développer son chiffre d'affaire : CA 2010 : 112 k€ CA 2011 : 151 k€ CA 2012 : 226 k€.

Renforcer son équipe de salariés, hier saisonnière, aujourd'hui employée à l'année.





Forces	Faiblesses
<p>80 % des clientèles « très satisfaites » du cadre naturel de pratique des activités hivernales.</p> <p>Une stratégie de promotion et de commercialisation qui s'organise à l'échelle de la destination « Chartreuse »</p> <p>Une prise de conscience par la quasi totalité des acteurs du tourisme de la nécessité de co-construire un nouveau modèle économique, social et environnemental du tourisme et spécifiquement des activités neige.</p> <p>Une dynamique associative en capacité à organiser des événements sportifs et / ou festifs de grande qualité.</p> <p>Des sites neige, qui, lorsqu'ils ont effectué un travail de repositionnement et de réorganisation, arrivent à atteindre le petit voire le grand équilibre.</p> <p>Une pluriactivité importante des professionnels de la neige (agriculteur, forestier, maçon, conducteur d'engins du BTP,...) qui peut amortir les effets du manque d'enneigement</p>	<p>14 % des non-clients de la Chartreuse considèrent que le massif n'est pas une destination de sports d'hiver.</p> <p>8 % de consommation de la Chartreuse en hiver pour les non clients.</p> <p>Une stagnation voire une baisse du nombre de journées skieur en alpin comme en nordique.</p> <p>Une gouvernance qui peine à se renouveler et sujette au lobbying.</p> <p>Des difficultés à structurer une offre neige cohérente à l'échelle de la destination.</p> <p>Malgré les investissements réalisés, le parc de remontées mécaniques est globalement vieillissant et répond de moins en moins aux attentes clientèles.</p> <p>La situation financière de certains exploitants est critique, endettés par des investissements qu'ils ne peuvent rentabiliser du fait de périodes d'exploitation de plus en plus courtes.</p> <p>Une offre de services et d'activités associées ou d'après ski et hors ski encore faible.</p> <p>La mobilisation de budgets importants sur les Remontées Mécaniques (RM) empêche, par arbitrage financier, le développement des services et / ou des équipements qui y sont liés.</p> <p>Un fonctionnement « stade de neige » qui génère peu de retombées économiques indirectes et suscite des difficultés de gestion (fréquentation en dents de scie / plus grande météo-dépendance).</p> <p>Un parc d'hébergements marchands très faible qui ne permet pas de sécuriser une partie du CA des RM.</p> <p>La desserte des stations par les transports collectifs est soit inexistante soit inadaptée induisant un usage quasi exclusif de véhicules individuels.</p>
Opportunités	Menaces
<p>La réorganisation territoriale qui, par l'arrivée de nouveaux acteurs, pourrait accélérer la mise en place d'une nouvelle gouvernance du tourisme et des sites neige.</p> <p>La proximité des bassins urbains qui peuvent constituer des réservoirs potentiels de clientèles et ce d'autant que la population de ces bassins possède un pouvoir d'achat en adéquation avec la pratique des activités neige.</p> <p>La crise économique pourrait rediriger les clients vers des stations « meilleur marché » et dans ce contexte, les stations de Chartreuse pourraient gagner des parts de marché.</p> <p>L'arrivée de nouveaux acteurs privés (dont les entreprises : La fabrique du ski, Déplacer les montagnes, Kiwi précision) peut participer activement à renforcer l'imaginaire de la montagne en hiver.</p> <p>Le développement de certaines pratiques qui peut susciter de nouveaux services ou produits touristiques ex : Espace de ski de randonnée</p>	<p>Un enneigement de plus en plus aléatoire en moyenne montagne.</p> <p>L'émergence d'offres concurrentes de plus en plus qualifiées et à coût moindre : destinations soleil, autres loisirs, voire de nouvelles offres neige dans des pays émergents en matière de tourisme.</p> <p>L'activité ski alpin étant une activité onéreuse, la crise économique restreint le volume potentiel de clients.</p> <p>Des contraintes (réglementation classes de découverte et l'instauration des Temps Activités Périscolaires (TAP)) qui ne facilitent pas la découverte des activités neige par les scolaires ex : moins 14 % des séances scolaires nordiques entre 2014 et 2015 en Isère, suite à la mise en place des TAP.</p> <p>Le développement de certaines pratiques qui peut induire des impacts sur les milieux.</p>



Zoom :**Des PME & des TPE, équipementiers liés à la neige, qui innovent :**

Kiwi précisions : Implantée au Sappey en Chartreuse, l'entreprise Kiwi précisions a conçu un équipement pour le biathlon composé d'une carabine laser et d'une cible électronique. Il présente l'avantage de rendre la discipline praticable par tous car il est non dangereux. Le matériel de Kiwi Précisions est aujourd'hui l'un des rares en France à pouvoir être utilisé en intérieur et en extérieur jusqu'à moins 50 °C.

La Fabrique du ski : Implantée à Saint-Pierre de Chartreuse, l'entreprise La Fabrique du ski innove et déploie une réelle avancée en Recherche et Développement dans le domaine du ski. Sa technologie brevetée évite l'utilisation de moules traditionnels, lourds en investissement, ce qui lui permet de développer des prototypes à moindre coût et d'investir dans des matières.

Enjeux :

- **La co-construction d'un nouveau modèle touristico-économique à l'échelle de la destination Chartreuse (qui associerait les autres filières de production, orienté 4 saisons, financement public/privé, impliquant les habitants...)** ;
- **L'installation d'une nouvelle gouvernance en capacité à animer ce modèle ;**
- **La construction de partenariats avec les régions émettrices de clientèles ;**
- **Le renforcement des partenariats public/privé.**

Piste d'actions :

Reprendre le travail collectif stoppé en 2012 afin de finaliser la mise en place d'une nouvelle gouvernance des sites neige et d'entamer leur restructuration (cf. feuille de route jointe + compte rendu du dernier comité de pilotage en annexe).

Développer la notoriété de la Marque Chartreuse comme destination hivernale. Seulement 14 % des non clients identifient la Chartreuse comme une destination hivernale.

III.5. Offre culturelle**Les faits marquants de la période 2007 à 2014 :**

Deux sites culturels, le Funiculaire et le Musée de la Grande Chartreuse ont réalisé d'importants travaux de modernisation et une refonte totale de leur muséographie afin de répondre aux attentes de leurs clientèles. Concernant le Funiculaire, ces travaux ont bénéficié de l'accompagnement du précédent Espace valléen. Ils ont concerné la gare haute qui, en plus d'offrir un espace muséographique, propose un restaurant panoramique. Depuis ces travaux, le site enregistre une augmentation de sa fréquentation et de fait de son chiffre d'affaire.

Etat des lieux / diagnostic :

A l'exception du site du monastère de la Grande Chartreuse, dont la notoriété attire plus de 100 000 visiteurs provenant de toute la France et d'une partie de l'Europe, le massif de Chartreuse ne recèle pas un patrimoine bâti susceptible de générer à lui seul des visites spécifiques. En revanche, ce patrimoine constitue un marqueur pour la destination en contribuant à lui donner du sens.

Le massif de Chartreuse a inspiré et inspire encore de nombreux artistes. L'un des plus connus parmi eux, Arcabas, a fait don d'une œuvre qui est présentée au musée d'Art sacré contemporain et qui attire plus de 40 000 visiteurs par an.

25 artistes se sont fédérés au sein d'une association, « Les artistes de Chartreuse », qui organise, chaque année, des portes ouvertes de leurs ateliers.

La musique fait aussi parti de la culture locale : festival Rencontres Brel, festival Pop Rock, le festival du col des 1000, les nuits d'été,... Mat Guillou chanteur du groupe « Mountain Men » vit et compose en Chartreuse.



Forces	Faiblesses
<p>10 ans d'inventaire du patrimoine bâti qui a permis de couvrir toute les communes du Parc.</p> <p>3 sites classés parmi les 20 sites culturels et musées les plus visités de l'Isère.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Musée de la Grande Chartreuse 60 000 visiteurs en 2014. - Funiculaire de Saint Hilaire du Touvet 55 000 visiteurs en 2014. - Musée départemental d'Art sacré contemporain 42 000 en 2014. <p>2 sites classés parmi les 5 sites culturels et musées les plus visités de Savoie</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le site de Saint Christophe la grotte 20 000 visiteurs en 2014. - Musée de l'ours des cavernes 16 000 visiteurs en 2014. <p>Le Jardin du Château du Touvet avec 11000 visiteurs se classe parmi les 10 jardins les plus visités de Rhône-Alpes. Les sites de visite participent à la médiation entre le territoire et le visiteur. Ils constituent ainsi un outil de connaissance et d'appropriation de la culture locale.</p> <p>39 édifices protégés au titre des monuments historiques (classement ou inscription).</p> <p>4 sites labellisés « Patrimoine du XXème siècle »: Sainte-Marie-du-Mont : La Baleine ; Saint-Ismier : le mémorial dit "Mémorial Doyen-Gosse" ; La Tronche : l'église Notre-Dame-du-Rosaire ; Voreppe : ancien petit séminaire dit "Le Sacré-Coeur".</p> <p>3 jardins labellisés « Jardins remarquables »: le Château de Franquières à Biviers ; les Jardins de l'Orangerie à de La Casamaures à Saint-Martin-le-Vinoux : les Jardins du château du Touvet à Le Touvet.</p> <p>1 aire de valorisation de l'architecture et du patrimoine (AVAP) à Barraux.</p> <p>14 sentiers d'interprétation des patrimoines culturels</p>	<p>La période estivale, de mai à fin août, comptabilise à elle seule 52% des visites annuelles dans les sites culturels.</p> <p>La hausse de la fréquentation des sites culturels en 2014, ne doit pas faire oublier la stagnation voire la baisse du nombre de visiteurs enregistré depuis plusieurs années.</p> <p>Des recettes générées qui ne permettent pas de programmer un renouvellement régulier de l'offre muséographique.</p> <p>Comme offre sèche, un musée ou un site culturel ne constitue pas une offre suffisamment attractive pour motiver un déplacement sur la journée.</p> <p>L'offre d'activités culturelles perçue comme un point faible de la destination Savoie-Mont Blanc³. Par extension, on peut penser qu'il en est de même pour la destination Chartreuse.</p>
Opportunités	Menaces
<p>Utiliser au mieux le rôle de locomotive que peuvent avoir certains sites touristiques majeurs vis-à-vis des autres acteurs (musée de la Grande Chartreuse, les caves de Chartreuse, musée départemental d'art sacré, funiculaire du Touvet,...).</p> <p>Profiter de la réorganisation de la compétence tourisme pour renforcer les liens avec les sites culturels situés dans les villes portes du massif.</p>	<p>La crise économique se traduit par une baisse de la fréquentation fragilisant les sites.</p> <p>Il en est de-même pour les événements.</p> <p>La muséographie in situ peine à évoluer alors que les clientèles bénéficient d'outils virtuels de plus en plus performants en matière d'expérience sensorielle et d'émotion véhiculées.</p>

³ Résultat d'une enquête menée auprès de la clientèle estivale ayant fréquenté les 2 Savoie en 2014.



Etat des lieux / diagnostic :

Les patrimoines, qu'ils soient naturels ou culturels, et les paysages participent de l'offre d'une destination touristique. C'est la grande qualité de ces derniers, qui a permis le classement du massif de Chartreuse en Parc naturel régional.

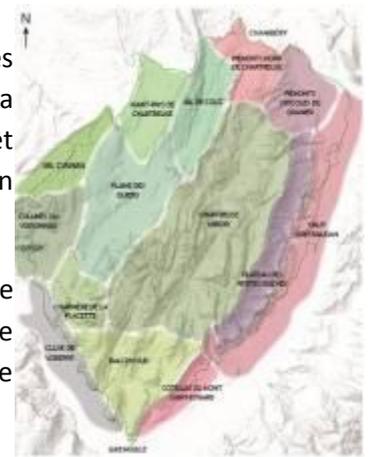
Les Paysages

Situé entre Grenoble et Chambéry, assurant la transition entre l'avant pays du Bas Dauphiné à l'ouest et la chaîne cristalline de Belledonne à l'est, maillon de la chaîne subalpine reliant le Vercors au sud à celui des Bauges au nord, le massif de Chartreuse se développe sur un peu plus de 91 000 ha selon un quadrilatère d'environ 40 km sur 30 km. Centré sur le massif subalpin de la Chartreuse mais le débordant vers l'ouest à la fois sur les chaînons jurassiens du Grand Ratz et de l'Epine et sur le bassin molassique du Bas Dauphiné, le massif offre un paysage de moyenne montagne calcaire fortement boisé étageant ses reliefs de l'altitude de 200 m dans la vallée de l'Isère à un peu plus de 2000 m en son point culminant : Chamechaude.

14 unités paysagères constituent le paysage de Chartreuse.

Ces différents paysages sont majoritairement façonnés par les espaces agricoles et forestiers. La mosaïque bois-espaces ouverts est typique du massif de la Chartreuse. Le contraste peut y être fort entre ces espaces dégagés et la forêt sombre. Les villages sont souvent entourés par ces espaces ouverts garant d'un cadre de vie agréable.

La diversité de l'agriculture de Chartreuse témoigne de la manière dont l'Homme s'est approprié le socle naturel suivant le relief, le climat, ses besoins et sa culture propre. Elle est un véritable atout pour la richesse paysagère du massif et pour le maintien de l'équilibre entre les espaces ouverts et fermés.



9 sites classés et inscrits sont répartis sur le territoire du Parc : le cirque de Saint Môme, le Désert de la Grande Chartreuse, le massif du Saint Eynard, les grottes et les cascades du Guiers Vif, la cascade de Couz, les gorges du Frou ...lieux prestigieux ou plus intimistes, ils incarnent l'image du massif et participent à l'attractivité touristique de ce dernier.

9 sites paysagers ponctuels remarquables et 7 unités paysagères ou culturelles remarquables, nécessitant une préservation et une mise en valeur spécifiques, ont été inscrits dans la Charte du Parc : ce sont les principaux cols et gorges du massif ainsi que le cirque de la Plagne, le cirque de St Môme et la cascade de Couz. Là encore, ces sites sont répartis sur l'ensemble du territoire du Parc.

Les patrimoines naturels

Le Parc naturel régional de Chartreuse dispose d'un réseau d'espaces naturels constitué de milieux ayant une valeur écologique ou patrimoniale remarquable à l'échelle régionale voire nationale. Ce réseau repose sur une cinquantaine de sites identifiés comme « réservoirs de biodiversité » intégrés à la trame verte et bleue. Le plus important des espaces protégés est celui de la Réserve Naturelle (RN) des Hauts de Chartreuse avec une superficie d'environ 4 450 ha. Emblématique du massif, de par sa position de promontoire sur les Alpes et la diversité de ses paysages, la Réserve enregistre une fréquentation estimée à plus de 200 000 visiteurs. La pose, récente, d'éco-compteurs devrait fournir des informations sur l'évolution de cette fréquentation. De plus, il est à noter que la Réserve est le support de nouvelles activités sportives ou de loisirs (trail, slake line, trike) qui peuvent impacter son équilibre fragile.

Plus de 7 400 ha, soit 10% du territoire du Parc naturel régional de Chartreuse, font partie du réseau écologique européen Natura 2000 : les Marais-tourbières de l'Herretang, le Charmant Som, la Réserve Naturelle des Hauts de Chartreuse, Le Mont Grèle, la rive droite des gorges du Guiers Vif, les zones humides des



Corniols et le Lac des Pères. Méconnu du grand public, ce réseau européen et les sites naturels qu'il regroupe, a contrario des Réserves et des parcs, ne semble pas être identifiés comme éléments de destination.

6 espaces naturels sensibles (ENS) sont également présents sur le massif Chartreuse : Tourbière de l'Herretang, Col du Coq, le marais de Montfort, le bois de la Bâtie, le marais des Sagnes, le lac Saint André. Ces sites sont gérés par les Conseils départementaux et ont pour but de protéger ces espaces aux caractéristiques floristiques et/ou faunistiques remarquables, d'informer et de sensibiliser les visiteurs à leurs enjeux patrimoniaux. Ainsi, chaque année, en Chartreuse, sur les différents ENS, plusieurs centaines de personnes participent aux visites guidées organisées par les gardes nature des Conseils départementaux.

6 arrêtés de protection de biotope: le marais de Montfort, le marais des Sagnes, le marais de Saint Aupre, le marais de Berland, la forêt alluviale de Chapareillan et les lacs de Bey et Froment. Les arrêtés de protection de biotope sont des arrêtés préfectoraux qui ont pour objet la protection réglementaire de l'habitat d'une espèce.

3 réserves biologiques intégrales (RBI) ou mixtes (RBM) en Chartreuse : la RBI de l'Aulp du Seuil (165 ha), la RBI de la Combe d'If, la RBM de Malissard. Les Réserves Biologiques sont instaurées par l'Etat sur les forêts relevant du régime forestier et sont gérées par l'ONF.

50% des espèces de mammifères et d'oiseaux de France. 2000 espèces végétales, dont 83 espèces protégées ont été recensées sur le massif.

Parmi ces plantes et ces animaux certains sont emblématiques des Alpes, tout au moins dans l'imaginaire des visiteurs : la Marmotte des Alpes, le Bouquetin des Alpes, le Chamois, le Tétralyre, l'Aigle royal, la Rosalie des Alpes, le Sabot de Vénus,...

Forces	Faiblesses
<p>Une richesse paysagère et environnementale reconnue à l'échelle nationale par la création d'une Réserve naturelle nationale et un Parc naturel régional.</p> <p>Une forêt domaniale labellisée « Forêt d'exception »</p> <p>Des paysages et des patrimoines naturels qui possèdent une dimension touristique importante lorsque l'on sait que les enquêtes clientèles réalisées auprès des « visiteurs » du massif, excursionnistes comme séjournants, confirment l'importance de ces composantes dans leurs choix de destination ou dans leurs critères de satisfaction⁴.</p> <p>Adéquation entre le positionnement nature du massif et sa perception par les clients⁵.</p> <p>10 sentiers de découverte des patrimoines naturels et des paysages qui participent à l'information et à la sensibilisation des publics aux enjeux de préservation.</p>	<p>Plusieurs espèces animales et végétales, dont certaines emblématiques du massif des Alpes, du fait des pressions multiples qu'elles subissent à l'échelle alpine, sont menacées de disparition. Il en est de même pour certains milieux.</p> <p>La prise en compte des paysages et de la biodiversité dans les aménagements et les pratiques est encore insuffisante.</p> <p>Certains sites paysagers remarquables se dégradent avec des aménagements vétustes, peu qualitatifs ou manquants de cohérence.</p> <p>L'absence d'un espace muséographique dédié à la thématique des patrimoines naturels et des paysages.</p> <p>L'absence d'une vraie communication environnementale vers les différents publics.</p>

4

Le paysage et l'environnement, 1^{er} critère de satisfaction des clientèles fréquentant la station de ski de Saint-Pierre de Chartreuse-le Planolet (enquête réalisée par CDT 38 en 2005). L'étude économique, menée en 2012 à l'occasion de la 1ère édition des 3 jours de Chartreuse (épreuves de trail) confirme les résultats de 2005. Enfin, l'enquête menée pour le compte de Savoie-Mont Blanc auprès de la clientèle estivale ayant fréquenté les 2 Savoie en 2014 révèle que les clientèles interrogées considèrent à 54 % que la présence d'un Parc naturel régional ou national a fortement contribué à l'intérêt de leur séjour.

5

3/4 des consommateurs et des non consommateurs de la destination Chartreuse l'associent à la découverte de la nature et des paysages.



Opportunités	Menaces
<p>Un intérêt grandissant des visiteurs pour la faune et la flore en général et pour les espèces emblématiques en particulier⁶.</p> <p>Pour les pratiquants d'ALPN, la nature et les paysages sont des éléments essentiels.</p>	<p>Les paysages, les milieux et les espèces sont aujourd'hui soumis à de nombreuses pressions qui les menacent fortement. En effet, la déprise agricole, à l'œuvre dans certains secteurs, entraîne un enrichissement et une fermeture des espaces ouverts. Une seconde menace est celle d'une urbanisation parfois mal maîtrisée qui colonise les espaces ouverts et les banalise.</p> <p>Les activités humaines quelles qu'elles soient et l'activité touristique en particulier, ont un impact sur les paysages, les milieux et les espèces et donc sur le cadre de vie et de séjour.</p>

Enjeux :

- **L'intégration de personnes ressources liées aux patrimoines naturels et au paysage dans les instances d'accompagnement et de suivi de projets touristiques ;**
- **La poursuite de la sensibilisation aux enjeux de la préservation des patrimoines naturels des pratiquants d'activités de pleine nature ;**
- **Le développement de la contribution des acteurs du tourisme à la préservation des patrimoines et des paysages et notamment des espèces emblématiques ;**
- **La mise en tourisme des patrimoines et des paysages comme éléments de l'expérience client dans le respect de leur préservation ;**
- **Le développement des liens tourisme et patrimoines naturels et paysages afin de renforcer les marqueurs de la destination ;**
- **La valorisation des sites paysagers remarquables du territoire et leur maillage dans le respect de leur préservation ;**
- **La valorisation de la diversité paysagère du massif ;**
- **Le développement des activités touristiques respectueuses des sites.**

III.7. Agritourisme / Productions et savoir-faire locaux

Les faits marquants de la période 2007 à 2014 :

Label Vignobles et Découvertes

En 2013, le versant viticole (isérois et savoyard) du massif de Chartreuse avec les terroirs viticoles de la combe de Savoie (situé sur les contreforts du massif des Bauges) ont été labellisés « Vignobles et Découvertes ». Cette candidature a été portée par la Communauté de communes Cœur de Savoie.

Dépassant les limites administratives, cette démarche exprime la volonté de se structurer et travailler ensemble autour de 3 enjeux :

- **Développer une offre touristique** fondée sur la valorisation des aspects culturels et patrimoniaux de l'agriculture ;
- **Participer à l'accueil de la clientèle touristique** grâce à une offre de produits issue de l'agriculture ;
- **Renforcer le partenariat** entre professionnels du tourisme et de l'agriculture ;
- **Réflexion sur l'amélioration de la signalétique** de la route touristique des vignobles de la combe de Savoie / point fort signalétique ;

⁶

Ils seraient même 50 % à souhaiter intégrer la découverte de la Faune et de la Flore dans leur séjour.



Et 6 actions :

- Actions de consommation responsable ;
- Démarche pédagogique sur l'univers du vin et du vignoble ;
- Animation du réseau ;
- Ecoute des clients et contrôle ;
- Promotion et communication ;
- Préservation des paysages.

Etat des lieux / diagnostic :

Tourisme et agriculture ont toujours entretenu des liens forts. Les agriculteurs diffusent leurs productions auprès des visiteurs qui apprécient la qualité des paysages humanisés, la richesse des produits reconnus pour la plupart par des appellations, les valeurs associées à des savoir-faire élaborés dans le temps en s'adaptant aux contraintes locales que sont la pente, la climatologie...

En montagne, le tourisme et l'agriculture sont particulièrement complémentaires en utilisant souvent les mêmes espaces sur les mêmes territoires. Des intérêts communs se retrouvent dans les domaines environnementaux, sociaux et économiques voire même culturels. Le tourisme permet souvent à l'agriculture de dégager des revenus complémentaires avec les gîtes, la vente de produits locaux de qualité (souvent labellisés), l'accompagnement en montagne, des emplois pour les conjoints, la pluriactivité pour des éleveurs, etc...)... Pour le tourisme, les bêtes des éleveurs entretiennent l'espace et les paysages et participent au développement de la biodiversité. Le patrimoine bâti rural participe également à conférer leur identité propre aux différents paysages et donc à l'attractivité touristique du territoire (granges-étables, celliers viticoles, greniers...).

Les produits locaux participent à l'expérience du séjour notamment lorsque ces derniers sont « endémiques » La liqueur de Chartreuse / comment la notoriété d'un produit booste la notoriété d'une destination.

2,8% des exploitations agricoles de Chartreuse se sont diversifiées vers de l'agritourisme et proposent de la restauration à la ferme et/ou de l'hébergement, soit légèrement plus que la moyenne nationale qui est de 2.4% (Agreste, 2010). Quelques exploitations et agriculteurs participent également à **des projets « agri-culturels »**, tournés vers des événements culturels en partenariat avec des artistes, en proposant leur ferme comme lieu de rencontre ou bien en mettant à disposition des terres..... Par exemple, une ferme laitière accueille des expositions d'art régulièrement (peinture, sculpture, ...), un autre agriculteur a mis à disposition des prairies pour un spectacle de danse en extérieur ; ... Le lien agriculture et culture semble offrir de nombreux champs de possibilités pour les artistes, cela permet également aux agriculteurs de faire connaître un peu plus leur exploitation, de rencontrer et d'échanger avec leurs clients de manière informelle, et de diversifier leur activité.

282 exploitations agricoles de Chartreuse commercialisent au moins un de leurs produits en circuit court dont 244 en vente directe. La vente directe est donc **très majoritairement représentée**.

Une **initiative de valorisation des produits de Chartreuse** : la création de **l'association des « Plateaux des fermes de Chartreuse »** en 2013. Cette association regroupe environ 12 producteurs. Elle organise des buffets à base de produits locaux pour des manifestations et des repas d'entreprise notamment. Le point fort de ce collectif est qu'il regroupe une grande diversité de produits agricoles (vins, fromages, légumes, miel, charcuterie, ...).

Les **7 magasins de producteurs** sur le massif et ses pourtours ont été créés à l'initiative d'agriculteurs de Chartreuse, comme le magasin « Comptoir de nos fermes » à Biviers regroupant 9 producteurs associés dont 4 de Chartreuse et le magasin « saveurs campagnardes » à La Motte Servolex. Ces magasins, situés dans les aires urbaines, constituent des points d'ancrage stratégiques pour sensibiliser les publics urbains aux enjeux d'agriculture de montagne. Ils sont aussi des ambassadeurs de la destination Chartreuse.



Pour le **Festival des Rencontres Brel**, un collectif d'agriculteur s'est également constitué afin de proposer un stand de restauration rapide composé de 100% de produits des agriculteurs de Chartreuse. Non seulement les agriculteurs fournissent leurs produits, mais ils cuisinent et servent bénévolement les soirs du festival, qui compte plus de 10 000 personnes (entrées payantes aux concerts) sur une semaine de festivités.

Des signes de qualité : AOC vin de Savoie⁷ ; AOC Noix de Grenoble⁸ ; AOC Gruyère ; IGP Comtés Rhodaniens ; IGP Tomme de Savoie ; IGP vin des Allobroges, IGP pommes et poires de Savoie.

Forces	Faiblesses
<p>Une gamme de produits de terroir variée, plus de 12 produits différents: miel, escargots, daims, volailles et œufs, maraîchage, plantes médicinales ou aromatiques, la truffe et bien sûr viande bovine, fromage et vin. Une liqueur de renommée internationale : la Chartreuse.</p> <p>1 coopérative fromagère 7 points de vente collectifs 3 fermes auberges</p> <p>Un site remarquable du Goût « les Caves de Chartreuse »</p> <p>Une activité artisanale diversifiée et accessible au public. Une quinzaine d'artisans (tanneur, tapissier d'art, canne, savonnier, liquoriste, potier, tourneur, verrier, ferronnier, gantier, chocolatier) ouvrent leur atelier et assurent une vente directe de leurs produits.</p> <p>De nombreux événements de valorisation des produits et de savoir-faire locaux : le salon des vins de Saint-Laurent-du-pont, Prenez la clé des champs, la fête des vieux métiers de l'artisanat et des produits de terroir, le marché de Noël, la fête des paysans et artisans des Entremonts</p> <p>L'existence d'un réseau rassemblant des producteurs, des artisans et des sites culturels, « la Route des savoir-faire et des sites culturels de Chartreuse ».</p>	<p>Pour certains produits, une demande déjà supérieure à l'offre qui ne permet donc pas une mise en tourisme ou qui ne nécessite pas de valorisation touristique (ex de la viande).</p> <p>Une restauration qui valorise peu les produits du terroir excepté la liqueur</p> <p>Des activités artisanales à l'équilibre économique fragile qui pour certaines doivent leur maintien aux revenus générés par les conjoints.</p> <p>Un manque de passerelles entre les producteurs, les artisans et les autres acteurs du tourisme (restaurateurs, hébergeurs)</p> <p>Peu de vente en ligne.</p> <p>Manque de connaissance de la filière restauration du territoire.</p> <p>Absence d'offre en matière de tourisme industriel.</p>
Opportunités	Menaces
<p>Recherche des valeurs fortes, étrangères à la ville. Une société en quête de réconciliation alimentaire.</p> <p>L'imaginaire alimentaire et l'imaginaire touristique demeurent intimement liés.</p> <p>Achat avec du sens.</p>	<p>La disparition des producteurs fermiers et des artisans et avec eux, d'une partie de l'offre touristique du territoire.</p> <p>Evasion des emplois du massif vers les centres urbains.</p> <p>Une concurrence de plus en plus forte avec les produits d'importation.</p>

⁷ Il se distingue des autres signes de qualité de par sa plus importante renommée, il concerne les communes de Chapareillan, les Marches, Apremont, Myans et Saint Baldoph

⁸ L'AOC noix de Grenoble recouvre les communes du pourtour du PNRC



Enjeux :

- Le renforcement des activités existantes (artisans, producteurs...etc.) ;
- La qualification de l'accueil du public et de la vente du produit ;
- Le décloisonnement des filières ;
- L'amélioration de la signalétique tout en respectant la législation sur l'affichage publicitaire ;
- Le développement de liens avec la filière restauration ;
- La mise en histoire des produits locaux sur l'exemple de la liqueur ;
- La construction d'un lien produits locaux bien être / santé.

III.8. Mobilité

Les faits marquants de la période 2007 à 2014 :

CHAMOY : CHArtreuse MObilité en lien avec le Y grenoblois

Grenoble Alpes Métropole, la Communauté de communes Cœur de Chartreuse et le Parc naturel régional de Chartreuse ont souhaité, en 2014, dans le cadre du projet RURBANCE, s'associer afin de réaliser une étude pré-opérationnelle sur quatre actions prioritaires susceptibles d'être mises en œuvre à court terme (à partir de 2016) : création d'une Agence locale de mobilité et/ou d'un modèle de gouvernance adapté au territoire, dynamisation de la pratique du co-voiturage, définition et création d'un service d'auto-stop organisé, mise en place de services d'auto-partage (autopartage classique, entre particuliers et autopartage de minibus).

Cette étude s'inscrit dans le cadre du projet européen Rurbance, qui vise à développer des modes de gouvernance équilibrés entre territoires urbains et ruraux.

Automne 2015 : Proposition de différents scénarii pour chaque action accompagnée des points forts et des points faibles ; ainsi que des éléments juridiques, des modèles économiques et des modalités de gouvernance possible afin de donner les clés de décisions et de mise en œuvre.

Etat des lieux / diagnostic :

Territoire périurbain, entre 3 pôles urbains (Grenoble, Chambéry et Voiron) dont 70 % de la population vit en frange urbaine et périurbaine. Une densité de 73 hab/km² appuyée par une augmentation de la population entre 1999 et 2007.

Une population active (50 % d'actifs, 6 % de chômeurs), **aisée** (+ 15 % de revenus par rapport à la moyenne de l'ensemble des Parcs) et **jeune** (35 % de la population a moins de 30 ans).

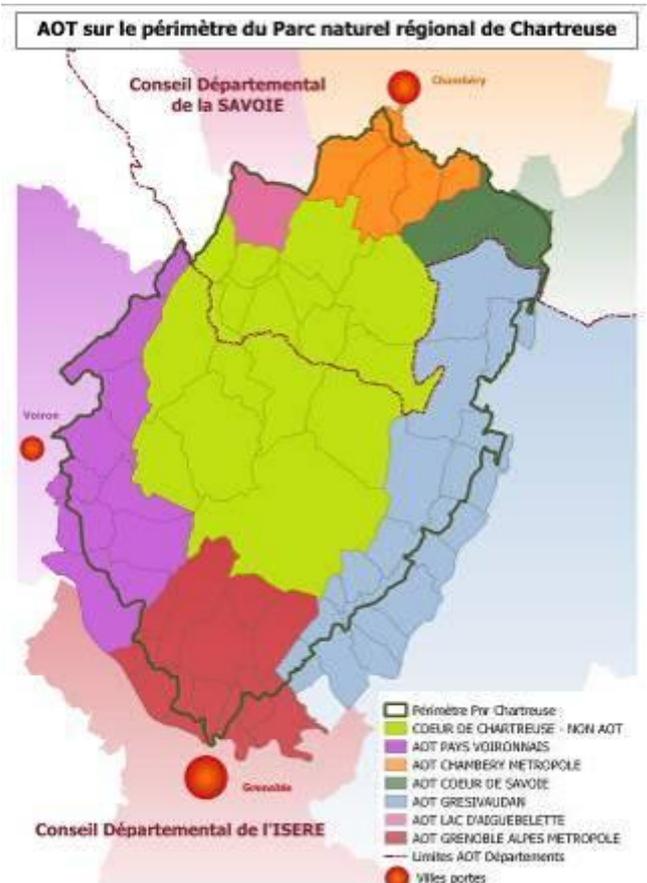
70 % de la population travaille hors territoire (pour 7 sortants du territoire, 3 entrent sur le territoire pour travailler).

30 % des actifs font plus de 20 km pour se rendre sur leur lieu de travail, 30 % font moins de 5 km et 80 % de ces déplacements sont réalisés en voiture (donc un fort potentiel de modes alternatifs).

Un taux d'occupation des véhicules en semaine (travail/école) très faible : 1,2 pers./voiture.

Des besoins de transports identiques à la population urbaine avec 4 motifs de déplacements par jour.

Les compteurs routiers ont permis d'évaluer la part des déplacements de résidents, excursionnistes et



touristiques : les déplacements excursionnistes et résidents restent largement prépondérants par rapport aux déplacements touristiques. (Densité de lits touristiques en Chartreuse de 0,3 lit/habitants et une moyenne régionale des Parcs de 1,7lits/habitants).

L'accès en TC au territoire : accès TGV et TER aux portes du territoire avec rupture de charge et temps d'attente et de transport très important pour la liaison avec le territoire. En effet, le territoire est entouré de 4 AOTU et 2 Conseils départementaux ne facilitant pas la lisibilité et la fluidité des transports (pas d'AOT en cœur de massif).

Forces	Faiblesses
<p>Bonne desserte ferroviaire TER et TGV des villes portes</p> <p>Offre de bus interurbain en cœur de massif</p> <p>Transport à la demande sur les franges du massif (Voironnais & Grésivaudan)</p> <p>Navettes de rabattement vers les gares du Grésivaudan</p> <p>Mobisavoie et Itinisière couvrent l'ensemble de l'offre</p> <p>Offre développée de location, de taxi, autopartage,..., dans les villes portes et en cœur du Parc.</p> <p>Projet de réseau de VAE</p> <p>Des initiatives locales de covoiturage</p>	<p>Offre de bus interurbain peu compétitive (lisibilité, horaires, tarifs)</p> <p>Tarifcation élevée pour les personnes se rendant à Grenoble (traversée de 3 zones tarifaires)</p> <p>Quelques communes non desservies par les transports en commun.</p> <p>Une demande de transports en commun limitée à des populations contraintes</p> <p>Une offre intra-massif difficile à mettre en place dans un contexte d'origines et de destinations diffuses</p> <p>Faible connaissance de l'offre</p> <p>Circulation automobile dangereuse (routes sinueuses)</p> <p>Partage de voirie avec les cycles difficile</p> <p>Faible taux d'occupation des véhicules en semaine (1,2) et le week-end (2,4)</p> <p>Offre saisonnière</p>
Opportunités	Menaces
<p>Mise en place d'une intercommunalité au cœur de Chartreuse</p> <p>Mission d'ingénierie mutualisée et portée par la Région Rhône-Alpes</p> <p>Appel à projet mode doux sur les sites naturels</p> <p>Offre de neige coordonnée et cohérente à l'échelle du massif</p>	<p>Augmentation des prix des carburants</p> <p>Restrictions budgétaires des collectivités, notamment des Conseils départementaux</p> <p>Articulation SCOT/Pnr</p> <p>Maintien d'une identité de massif dans un contexte de rattachement des balcons au périurbain.</p> <p>Enclavement numérique</p>

Enjeux :

- **L'accompagnement à l'évolution des comportements en matière de mobilités**
- **L'accessibilité du massif et son lien avec les villes portes**
- **Les mobilités douces et les modes actifs comme outil de découverte et de mise en scène de la destination**

Pistes d'actions :

- **Autopartage** du parc de véhicules du PNR ;
- **Covoiturage** : stop amélioré ;
- **Maillage VAE** à l'échelle de la destination (villes portes comprises) ;
- Mise en place d'une agence de mobilité, conduite des changements de comportements ;
- PDE, observatoire de la mobilité, mobilité événementielle ;
- **Produits écotouristiques** : excursion transport en commun ;
- **Produits écotouristiques** : itinérance ;
- **Système d'information multimodal** ;



- **Télétravail**, visioconférence, espace numérique.

III.9. Confort d'usage

Les faits marquants de la période 2007 à 2014 :

Le syndicat mixte du Parc naturel régional de Chartreuse a porté et animé un Contrat territorial de tourisme et loisirs adaptés (CTTLA) dont les résultats sont les suivants :

Engagements des acteurs dans une démarche globale de tourisme adapté de qualité: mise en place et signature d'une charte d'engagement

Aménagements des espaces publics et des sites touristiques: 6 communes impliquées dans la démarche globale, 4 sites touristiques, 3 espaces muséographiques, 2 offices de tourisme, 16 hébergements, 6 restaurants et des activités de pleine nature

Mission de conseil: mobilisation d'un cabinet d'ergonomie pour la réalisation d'audits accessibilité (34 audits réalisés à ce jour) et l'appui à la mise en œuvre des travaux.

Sensibilisation et formations : réunions d'information et de sensibilisation et mise en place d'un plan de formations avec Trajectoires Tourisme.

Appui aux manifestations: 3 traversées de Chartreuse en FTT et tandem, 1 séjour en sports solidaires, mise en accessibilité des « Rencontres Brel »

Promotion: page dédiée « tourisme adapté » sur le site Chartreuse tourisme, participation à des manifestations....

Etat des lieux / diagnostic :

Forces	Faiblesses
<p>Une réelle volonté politique axée sur la qualité et le confort d'usage</p> <p>De nombreuses expériences et initiatives déjà existantes : mise en accessibilité des hébergements touristiques, développement des activités de loisirs et de pleine nature (vol libre, grimpe d'arbre,...) .</p> <p>Un événement précurseur « Les Décou'Vertes en Chartreuse ».</p> <p>Une sensibilisation des professionnels pour la mise en accessibilité de leurs offres.</p> <p>Des acquisitions de matériel adapté.</p> <p>Des réseaux déjà créés</p> <p>Des offres emblématiques déjà adaptées ou en cours d'adaptation = locomotive et exemplarité</p>	<p>Un territoire de montagne pouvant être un frein pour l'accessibilité des personnes en situation de handicap ou vieillissantes.</p> <p>Une offre de transport collectif non adaptée et ne permettant pas de respecter la chaîne des déplacements.</p> <p>Des communes et acteurs souvent désemparés face à la complexité de la réglementation et à l'ampleur des travaux et investissements à engager</p> <p>Un territoire vaste et des offres diffuses : nécessité de cibler les actions</p> <p>Peu, voire pas d'anticipation sur les évolutions normatives : des investissements hors de portée</p>
Opportunités	Menaces
<p>Un vieillissement des populations française et européenne (en 2060, 160 millions d'européens auront plus de 65 ans contre 98 millions aujourd'hui) qui rechercheront des destinations adaptées aux diminutions de leurs capacités.</p> <p>Des référentiels étrangers, en matière d'offre adaptée, plus aboutis.</p> <p>L'élaboration d'un PLUI à l'échelle de la Communauté de communes Cœur de Chartreuse à l'intérieur duquel l'enjeu du confort d'usage pourrait être intégré.</p> <p>La prise en compte des besoins de l'ensemble des clientèles fréquentant le massif, en particulier les seniors et les familles.</p> <p>Le confort d'usage, un positionnement facteur d'innovation</p>	<p>La persistance de la crise économique qui peut pousser les professionnels à cesser leur activité plutôt que de réaliser les travaux d'adaptation.</p> <p>Une réglementation accessibilité pas toujours bien perçue et acceptée, vécue uniquement comme une contrainte.</p> <p>Une réglementation qui vient brouiller les messages : l'accessibilité n'est pas qu'une question de normes.</p>



Enjeux :

- **Anticipation des évolutions des demandes clientèles : plus de confort et de sécurité ;**
- **Positionnement de la Chartreuse comme destination touristique adaptée aux personnes en situation de handicap en développant une offre adaptée intégrée à l'offre généraliste ;**
- **Sensibilisation et mobilisation des professionnels dans une démarche d'accueil et d'information en direction du public à besoins spécifiques ;**
- **Diversification de l'offre de tourisme et de loisirs et contribution au renforcement de l'attractivité de l'activité touristique du territoire ;**

Actions engagées et/ou à poursuivre :

- Accompagner la mise en accessibilité des espaces et des voiries publics et des sites touristiques ;
- Accompagner l'acquisition de matériel adapté et adapter les médiations culturelles ;
- Accompagner la professionnalisation et la sensibilisation des acteurs ;
- Valoriser et promouvoir les offres accessibles ;

IV. PERCEPTION ET ATTENTES DES SOCIO-PROFESSIONNELS

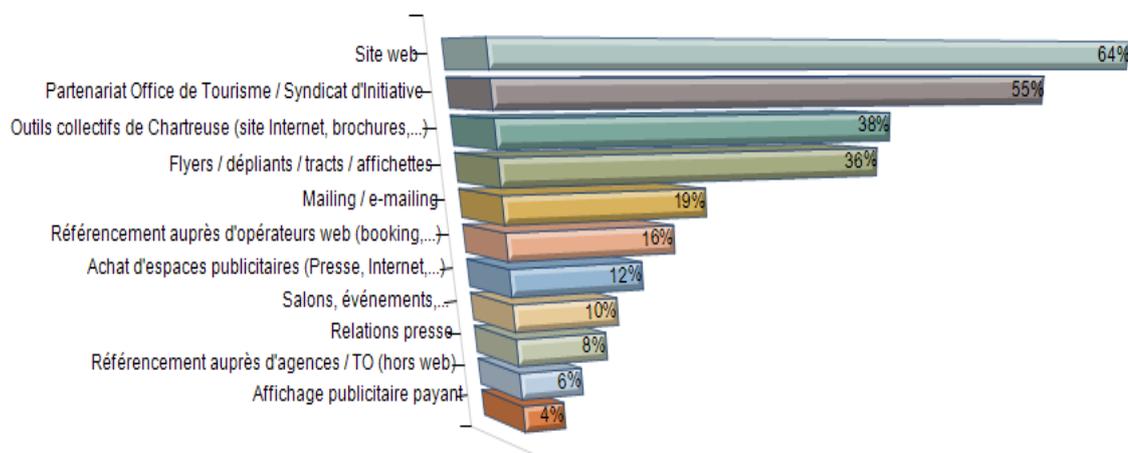
Une vaste consultation à l'échelle du Massif :

Une enquête a été diffusée par Internet auprès d'un large panel de 740 socioprofessionnels de la destination Chartreuse début 2014. 154 réponses ont été enregistrées, de la part de professionnels du tourisme (hébergeurs, prestataires d'activités, sites de visite, restaurateurs, offices de tourisme) mais également de structures indirectement concernées par le secteur (commerçants, prestataires de services, ...).

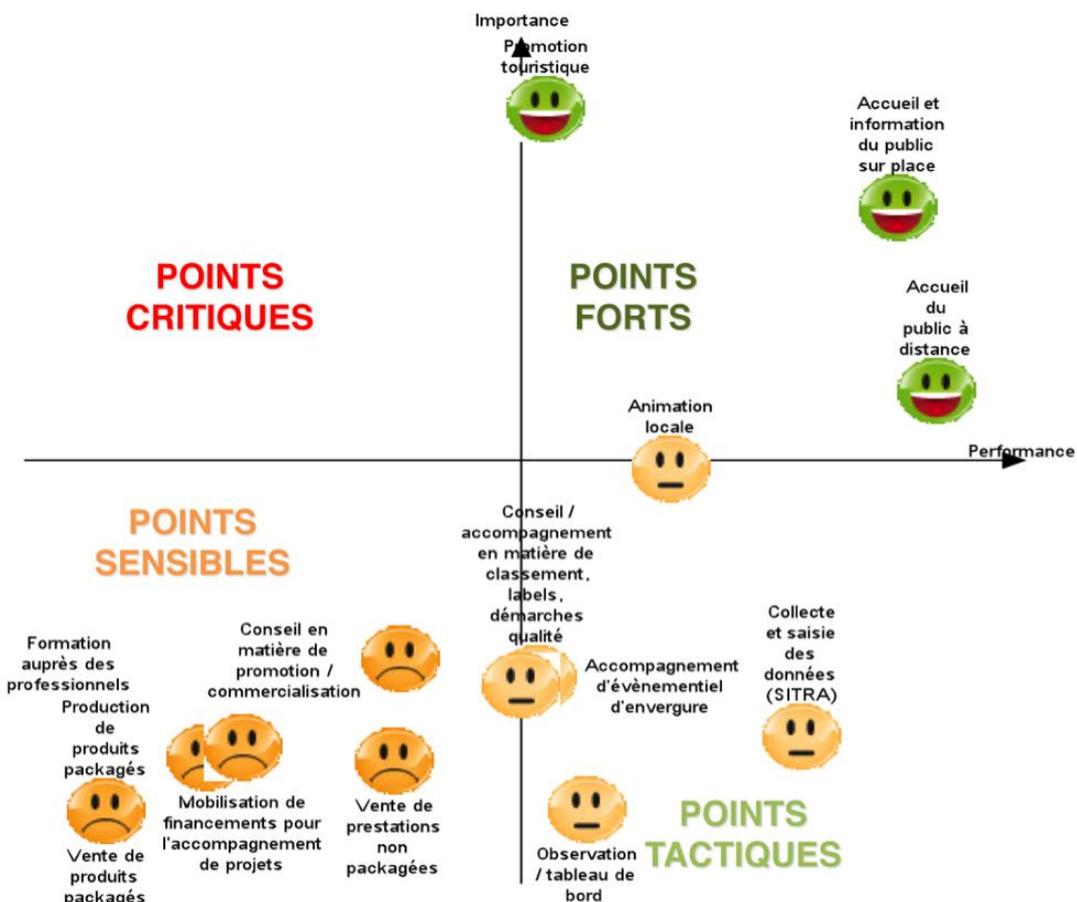
Voici les principaux enseignements qui ont pu être révélés :

- Derrière l'indispensable outil web personnel, les professionnels mettent en avant l'importance de leur **collaboration avec les institutionnels du tourisme** :

Quels sont, par ordre d'importance, les 3 principaux moyens / outils de promotion, communication, commercialisation que vous utilisez ?



- Le diagramme « Importance/Performance » révèle les points marquants de l'action perçue des institutionnels du tourisme par les professionnels du territoire. La promotion est perçue comme un enjeu fort avec un taux de satisfaction inégal :



- L'échelon du massif est perçu comme incontournable par les professionnels, notamment concernant la promotion touristique, la production et la vente de produits, le conseil et l'observation de l'activité :

Selon vous, de quoi doit se charger chaque acteur en priorité ?	Echelon communal et intercommunal : Office de Tourisme / Syndicat d'Initiative	Echelon destination massif : ADT Chartreuse Tourisme / PNR de Chartreuse	Echelon départemental : Isère Tourisme / Savoie Mont-Blanc / CCI / FDOTSI 38 / UDOTSI 73	Echelon régional : Rhône-Alpes Tourisme	Aucun
Promotion touristique	21%	36%	22%	20%	2%
Production de produits packagés	18%	40%	19%	14%	9%
Vente de produits packagés	26%	43%	18%	6%	7%
Vente de prestations non packagées (nuit en hébergement, billetterie,...)	45%	32%	9%	5%	10%
Conseil / accompagnement en matière de classement, labels, démarches qualité	11%	38%	29%	19%	4%
Conseil en matière de promotion / commercialisation	9%	42%	28%	18%	3%
Formation auprès des professionnels	7%	29%	34%	26%	4%
Accompagnement d'événementiel d'envergure	18%	29%	29%	26%	3%
Animation locale	65%	30%	1%	0%	3%
Observation / tableau de bord	18%	28%	28%	18%	13%
Collecte et saisie des données (SITRA)	30%	24%	19%	14%	13%
Accueil et information du public sur place	74%	19%	4%	1%	3%
Accueil du public à distance	57%	28%	7%	6%	2%
Mobilisation de financements pour l'accompagnement de projets	3%	28%	33%	33%	3%

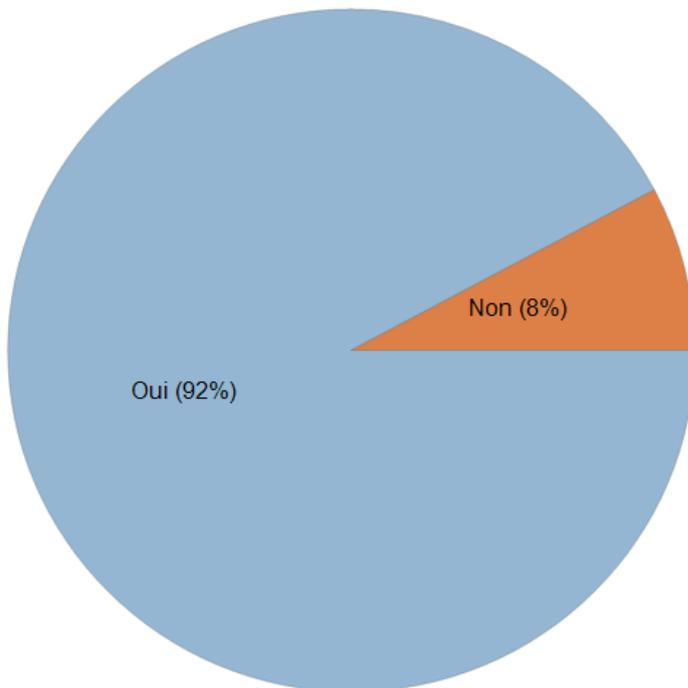


- Les concurrents potentiels sont identifiés dans les massifs voisins :

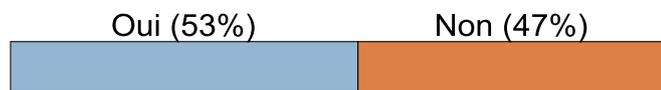


- L'idée d'une stratégie touristique à l'échelle du massif est perçue comme très pertinente... Même si une mobilisation active n'est pas toujours envisagée :

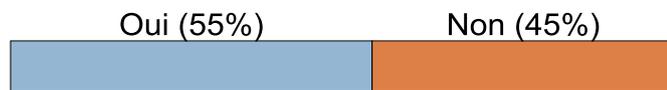
La réflexion sur la démarche de positionnement de la marque Chartreuse vous paraît-elle pertinente ?



Seriez-vous prêt à participer à cette réflexion / définition de la stratégie ?



Seriez-vous prêt à participer à sa mise en œuvre opérationnelle ?



Enjeux :

- **Renforcer la Marque de destination Chartreuse** au service des actions de promotion des professionnels du tourisme du Massif ;
- **Confirmer l'échelon du massif comme pertinent en matière d'actions de développement mais également de promotion touristique ;**
- **Accompagner la montée en puissance de la performance numérique de la destination** par une assistance opérationnelle aux professionnels, qui doivent dans un premier temps mieux pouvoir se vendre eux-mêmes ;
- **Déployer parallèlement une stratégie de promotion ciblée de l'offre**, s'appuyant sur un ciblage efficace des clientèles et des outils numériques performants ;
- **Densifier la mise en réseau des acteurs** qui témoignent d'une volonté de travail collectif accru, percevant clairement les effets positifs des synergies d'action.



V. POSITIONNEMENT MARKETING

Le marketing comme fondement de la stratégie de développement touristique de la Chartreuse :

L'approche marketing a permis de mettre en parallèle les projections et attentes des clients actuels, des prospects (ou clients potentiels), mais aussi des professionnels et institutionnels du tourisme de Chartreuse. Parallèlement, une approche de diagnostic de l'offre a été menée, permettant ainsi de confronter les caractéristiques du marché touristique et la réalité de l'offre du territoire. C'est à partir de ces couples « marchés-produits » qu'une série de recommandations a pu être produite, positionnant le client au centre de la stratégie.

Les fondements de la stratégie de positionnement :

Le positionnement de la destination Chartreuse doit permettre de « magnifier » l'identité du territoire en s'adaptant aux tendances comportementales des clients en matière de vacances et de loisirs. Pour répondre à ce défi, plusieurs fondements ont été validés :

- **Axer la promotion et la communication sur le tourisme de proximité > S'inspirer des valeurs du « slow tourisme » :**
 - Privilégier une **communication ciblée affinitaire** permettant de réduire les coûts ;
 - Une **cible excursionniste ou en court-séjour** se déplacera plus facilement sur le territoire de Chartreuse qu'une cible lointaine ;
 - Un week-end marchand peut générer **60% des retombées économiques** d'un séjour d'une semaine.
- **Le « slow tourisme » tourne autour de 3 idées fondamentales :**
 - Le **respect de la culture locale**, des spécificités du territoire, des retombées au profit des acteurs locaux ;
 - La **réduction de l'impact environnemental** ;
 - Le **retour au plaisir** ;

Valoriser l'accès à la destination :

- La **proximité** : « Collectionner les kilomètres n'est pas promesse de plaisir ! » ;
- **L'immersion immédiate** : « Une durée de trajet réduite pour une immersion totale dans un massif unique et envoutant » ;
- **Le trajet** : « Un trajet théâtral qui fait déjà partie du voyage » !

S'appuyer sur 4 traits de caractère marquants de la destination Chartreuse :

- Trait de caractère 1 : « **Sensationnelle / Spectaculaire** » = Théâtrale, Active, Naturelle.
- Trait de caractère 2 : « **Mystérieuse / Insoupçonnable** » = Magique, Ambiance mystique, poétique.
- Trait de caractère 3 : « **Expérience sensorielle** » = Emerveillement, Ressourcement, Pureté, Saveurs.
- Trait de caractère 4 : « **Immersion / Rupture** » = Lâcher-prise, sérénité, bien-être.



Identification des cibles comportementales prioritaires :

A partir d'un panel de 8 profils de cibles de clientèles, se distinguant principalement par leurs centres d'intérêt et leurs comportements de loisirs et de vacances, 2 commissions de travail collectif ont pu être réalisées sur le territoire, associant 35 professionnels du tourisme. Une hiérarchisation des cibles par priorité d'action a pu être opérée, sur la base de 2 critères de **volume** (de « cible de masse » à « cible de niche ») et de **contribution** (taux de dépense élevé à faible). Ce classement a également tenu compte de l'attribution par chaque participant d'une somme virtuelle de 1.000 € (selon le caractère stratégique ou non de chaque cible pour la destination) :

- 3 Cibles principales :



- **Les « Quechua »** : De revenus moyens à supérieurs, pratiquant des activités sportives notamment les activités douces, ils alternent courts et longs séjours en famille, seuls ou en couple : organisés, opportunistes, ils sont sensibles au rapport valeur/coût mais n'ont pas de sur-exigence.

Somme moyenne attribuée par les participants = **296 €**.



- **Les « FNAC »** : De revenus moyens à supérieurs, grands consommateurs de loisirs culturels, ils sont très réfractaires à la publicité et à l'univers du tout consommation. Ils donnent facilement dans « l'élitisme intellectuel » et sont en quête de sens : grands amateurs de festivals, d'expositions et d'événementiels, ils aiment aussi les ambiances festives et animées mais dans la retenue.

Somme moyenne attribuée par les participants = **162 €**.



- **Les « Raidlight »** : De revenus souvent élevés, grands pratiquants de sports extérieurs loin du macadam et de l'ambiance urbaine. Ils aiment « l'effort-plaisir », le « dépassement de soi », l'immersion nature, les challenges et les sensations que peuvent provoquer ces sports et la nature. Amateurs de courts séjours, seuls ou en groupes d'amis. Sensibles aux valeurs écologiques et humaines.

Somme moyenne attribuée par les participants = **143 €**.

- 3 Cibles secondaires (car ne concernant que certains espaces du périmètre du massif) :



- **Les « Disney »** : De revenus moyens, attentifs au bien-être de leurs enfants ou petits-enfants, ils sélectionnent leurs activités en fonction de leurs besoins. Ils sont peu concernés par les offres culturelles ; a contrario, ils sont consommateurs de parcs d'attraction et de loisirs.

Somme moyenne attribuée par les participants = **124 €**.



- **Les « BMW » (Bobo Media Wellness)** : De revenus supérieurs, en recherche perpétuelle de différenciation et de valorisation, surinformés, multi-consommateurs de destinations touristiques et de loisirs, ils sont en recherche d'insolite et prestations « branchées » : sensibles aux bonnes affaires, ils ont besoin de « packages » et de concepts car ils manquent de temps.

Somme moyenne attribuée par les participants = **84 €**.



- **Les « Redbull »** : Jeunes branchés, innovateurs actifs, ils sont de grands consommateurs de technologies, sorties, vacances actives et loisirs « fun » : amateurs de pratiques « outdoor », ils sont urbains, mobiles, avant-gardistes et zappeurs. Tout ce qui est nouveau leur plaît pourvu qu'il y ait des sensations.

Somme moyenne attribuée par les participants = **68 €**.

Pour chacune des cibles prioritaires et secondaires, une **fiche de référence** a été élaborée permettant de déterminer la provenance (bassin de chalandise), le type d'hébergement recherché, les activités pratiquées en chartreuse, les sites touristiques privilégiés en Chartreuse, les événementiels les plus adaptés, les actions de communication/promotion ciblées et les produits à concevoir.

Ce travail a donné lieu à l'élaboration d'un plan marketing, composé **d'actions de conquête et de fidélisation** des clientèles, qui apparaît dans cette stratégie dans l'axe 5.

La mise en relation de la demande et de l'offre touristique de la Chartreuse a également fait apparaître des **carences en matière d'hébergement, d'activités, de services et d'événementiels** qui ont alimenté des pistes d'actions de développement et d'aménagement de cette stratégie.



Enjeux :

- Définir l'**ADN de la Chartreuse** pour rassembler et mettre en scène l'offre sous des traits de caractères ;
- Accroître l'attractivité de la Chartreuse en tant que destination touristique et de loisirs à chaque stade décisionnel du prospect : **Faire connaître > Faire aimer > Faire venir et revenir** ;
- Identifier les **carences de la destination en matière d'offre touristique** pour structurer un cadre d'actions de développement et d'aménagement réellement adaptées aux besoins de la destination.

Pistes d'actions

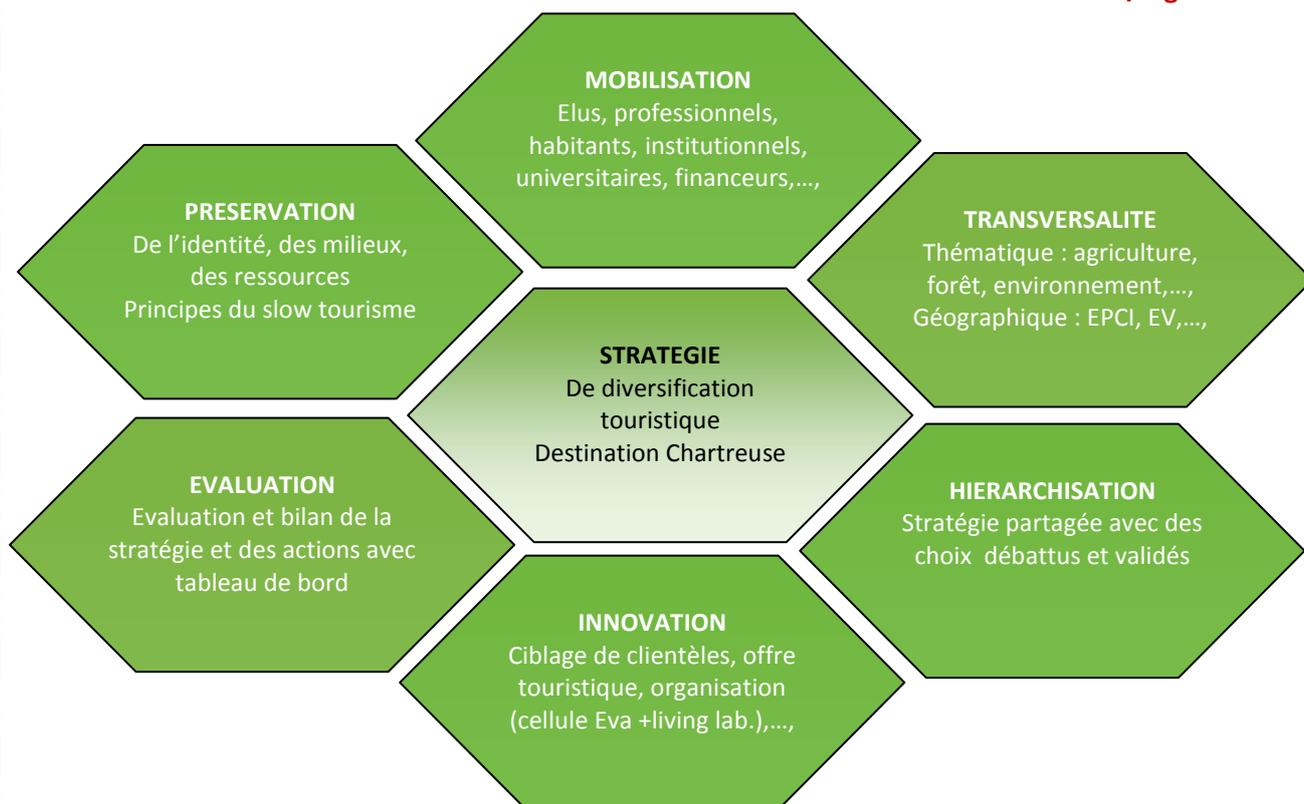
- Un **plan de conquête et de fidélisation** basé sur des outils ciblés et efficaces : Charte Graphique, Site Internet, Editions, Production, Mise en marché / Assistance à la commercialisation, Photothèque / Vidéotheque, Relations presse, Actions de conquête ;
- Des **sites naturels emblématiques** adaptés aux exigences des Quechua : Aménagements, éléments de confort, signalétique, outils d'interprétation/immersion, panoramas spectaculaires, ... ;
- **Mieux lier l'attractivité naturelle, culturelle et agricole** de la Chartreuse : décloisonner les pratiques touristiques en proposant des expériences clients mixtes (offre nature + contenu culturel + terroir...) pour séduire les clientèles FNAC et Quechua, tout en proposant des alternatives crédibles par conditions météo défavorables (offre muséale et activités couvertes de meilleure qualité) ;
- Poursuivre le **positionnement d'excellence de la Chartreuse en matière d'activités de Pleine Nature** en déclinant le modèle « station trail » vers d'autres pratiques à fort potentiel > fidélisation et élargissement de la cible « Raidlight » ;
- **Renforcer également l'offre « familles »** sur des lieux clairement identifiés afin de constituer une offre globale en capacité de justifier un séjour pour les clientèles « Disney ».

VI LA STRATEGIE ESPACE VALLEEN

VI.1. Un esprit : « Energie collective pour une nouvelle expérience Chartreuse »

VI.2. Un socle de valeurs

Charte de Parc / Agenda 21



VI.3. Une stratégie déclinée en 5 axes

Axe 1 – Développer la performance organisationnelle par une gouvernance innovante

Axe 2 – Garantir une expérience client de qualité

Axe 3 – Inventer l'hébergement touristique de demain en s'appuyant sur la valorisation des ressources locales

Axe 4 – Développer l'efficacité économique, sociale et environnementale des activités et des productions locales

Axe 5 – Conquérir les clientèles ciblées en déployant une stratégie marketing « Destination Chartreuse »



Axe 1 – Développer la performance organisationnelle par une gouvernance innovante

OBJECTIFS

- **Finaliser la co-construction d'un outil** (ex OT de destination) ou d'un mode de faire ensemble qui puisse répondre au cahier des charges élaboré lors des groupes de travail qui ont préfiguré la présente candidature (cf. chapitre III-1) ;
- **Définir et partager les procédures** permettant de sélectionner les projets et d'orienter l'intervention technique et financière des partenaires institutionnels de la destination ;
- **Organiser et animer une plateforme d'innovation** au bénéfice des porteurs de projets publics comme privés type living lab ;
- **Renforcer, dynamiser et médiatiser les opérations touristiques** afin que le secteur touristique bénéficie de la reconnaissance des habitants, des élus, des autres acteurs économiques,... ;
- **Renforcer l'attractivité du territoire** vis-à-vis des porteurs d'affaire par la mise en œuvre d'un accompagnement collectif, réactif et efficient ;
- **Contractualiser avec les partenaires supra-territoriaux**, en charge de l'observation touristique, afin qu'ils prennent en compte le périmètre de la destination comme échelle de leurs travaux et non un découpage institutionnel ;
- **Co-élaborer et faire vivre un outil collectif et participatif de suivi et d'évaluation** ;
- **Assurer collectivement la réalisation efficace de projets** réellement contributeurs à l'économie touristique de la Chartreuse, et respectueux du positionnement retenu pour la destination.



Axe 2 – Garantir une expérience client de qualité

OBJECTIFS

- **Améliorer la qualité de l'accueil** et le respect des promesses clients ;
- **Garantir une qualité globale des prestations** tout au long du parcours visiteur ;
- **Qualifier l'itinérance pour une découverte plus intime du territoire** (changement de rythme, services facilitateurs...);
- **Adapter les activités et services en fonction de l'expérience client recherchée** (approche par cible) ;
- **Renforcer et entretenir un lien affectif durable** entre le client et la Marque de destination Chartreuse
- **Faire des chartrouains et des excursionnistes des ambassadeurs de la Chartreuse** ;
- **Mettre en scène les entrées et les axes de circulation du massif** en valorisant les paysages et les patrimoines pour susciter l'expérience des clients ;
- **Développer une mobilité au service de la mise en scène et de l'immersion dans le massif** ;
- **Poursuivre le développement du confort d'usage.**

Axe 3 – Inventer l'hébergement touristique de demain en s'appuyant sur la valorisation des ressources locales

OBJECTIFS

- **Déployer une offre en hébergement** venant soutenir le positionnement de la destination Chartreuse ;
- **Répondre aux carences identifiées de l'offre**, pour conquérir certaines formes de clientèles ciblées ;
- **Accroître les capacités d'accueil marchandes « commercialisables » du territoire** pour répondre aux objectifs de développement d'une offre de courts séjours et de séjours groupes plus rémunératrice ;
- **Adopter une approche projet par filière d'hébergements** pour répondre efficacement aux problématiques de chaque typologie d'acteur ;
- **Mettre en scène les offres emblématiques et innovantes** comme marqueurs du renouveau de la destination Chartreuse ;
- **Aider les acteurs à mieux appréhender les enjeux numériques et commerciaux** ;
- **S'appuyer sur les tendances au développement de l'hébergement non marchand et des formules d'hébergement hybrides et collaboratives**



Axe 4 – Développer l'efficacité économique, sociale et environnementale des activités et des productions locales

OBJECTIFS

- **Développer des filières transversales** pour créer une chaîne de valeurs ajoutées autour des activités sportives et culturelles ex: filière sport santé / bien être en lien avec Inolab et le CHU de Grenoble.
- **S'inspirer de l'expérience de la station de trail** pour développer des concepts similaires autour des activités identifiées comme prioritaires que sont : la randonnée, la filière « 2 roues », le vol libre, la spéléologie.
- **Développer les dimensions environnementales et culturelles des activités de pleine nature** afin qu'elles constituent un facteur d'attractivité et participent à **l'expérience client**.
- **Poursuivre la sensibilisation des pratiquants** aux enjeux environnementaux, économiques et sociaux du massif ;
- **Accompagner les événements sportifs et culturels dans une démarche d'éco-événement et dans l'utilisation et la valorisation des productions locales ;**
- **Impulser et animer un réseau de sites culturels** à l'échelle du massif et de ses villes portes afin d'initier des actions collectives et **renforcer la dimension culturelle de l'offre**.

Axe 5 – Conquérir les clientèles ciblées en déployant une stratégie marketing « Destination Chartreuse »

OBJECTIFS

- **Valoriser l'ADN de la Chartreuse.**
- **Accompagner le prospect dans son processus d'adoption de la destination** : Connaître, Aimer, Agir.
- **Agréger les compétences au service de la Marque de destination Chartreuse** : professionnels, offices de tourisme, villes portes, territoires voisins, institutions touristiques départementales et régionales.
- **Promouvoir une offre qualifiée garantissant des filières et produits en quantité.**
- **Adopter une politique de communication et de promotion plus efficace** : aller au devant des clientèles et communiquer sur l'essentiel
- **Donner une orientation commerciale aux actions à conduire**, et faire référencer et vendre la destination par d'autres (réseaux de commercialisation)
- **Accélérer (également) la structuration numérique et commerciale des acteurs touristiques.**
- **Concevoir et mettre en marché des produits touristiques adaptés aux cibles comportementales** et en valorisant les traits de caractère de la destination.
- **Quantifier les résultats des actions marketing.**



VI.4. Périmètres d'intervention de la stratégie

Le Comité de pilotage du 3 septembre 2015 a confirmé sa volonté de proposer comme périmètre d'Espace valléen, **les 60 communes du Parc naturel régional de Chartreuse et d'y adjoindre la commune de Lumbin**. L'Espace valléen Chartreuse comprend donc 61 communes (cf. carte ci-contre)

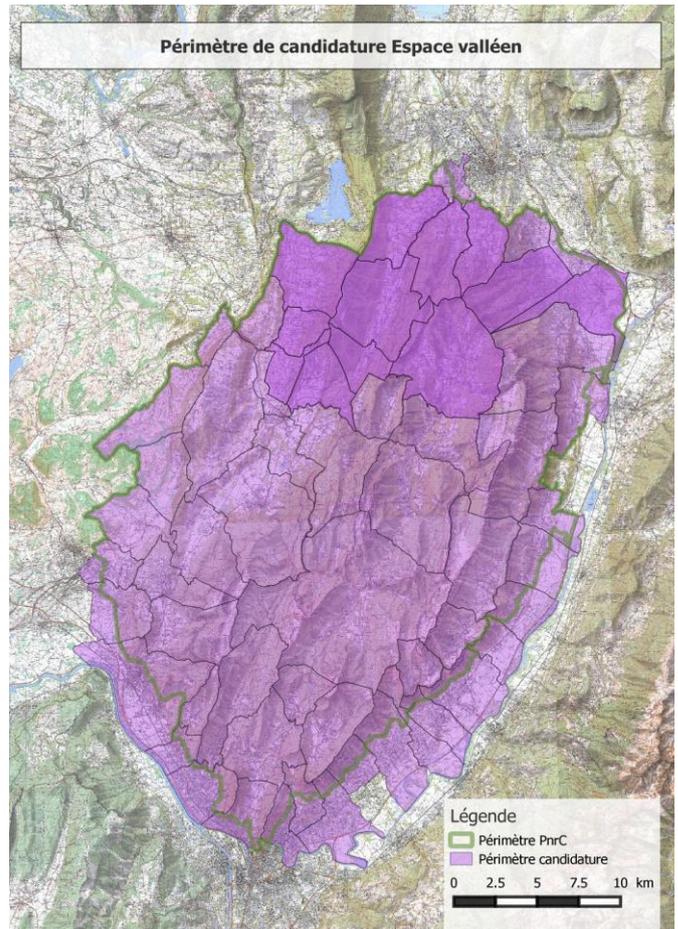
La décision d'élargir le périmètre du Parc à la commune de Lumbin s'explique par l'implantation sur son territoire de la gare basse du funiculaire de Saint-Hilaire du Touvet. Ce site touristique constitue, avec plus de 50 000 passagers transportés par an, un acteur touristique et une porte d'entrée majeurs pour la destination Chartreuse. Il est donc apparu important de dépasser la vision administrative du périmètre du Parc.

Le processus participatif qui a prévalu à l'élaboration de **la présente candidature a eu pour effet de renforcer les liens avec les EPCI concernés par la destination Chartreuse**, à une période où la compétence tourisme leur est échue. Au-delà de consolider la destination, ces travaux, en commun, ont aussi permis d'identifier les enjeux sur lesquels il était pertinent, pour des raisons d'adéquation de l'offre avec les attentes des clientèles, de travailler en commun : l'organisation touristique, l'accompagnement des porteurs de projet, les hébergements, les activités de pleine nature, la promotion,...

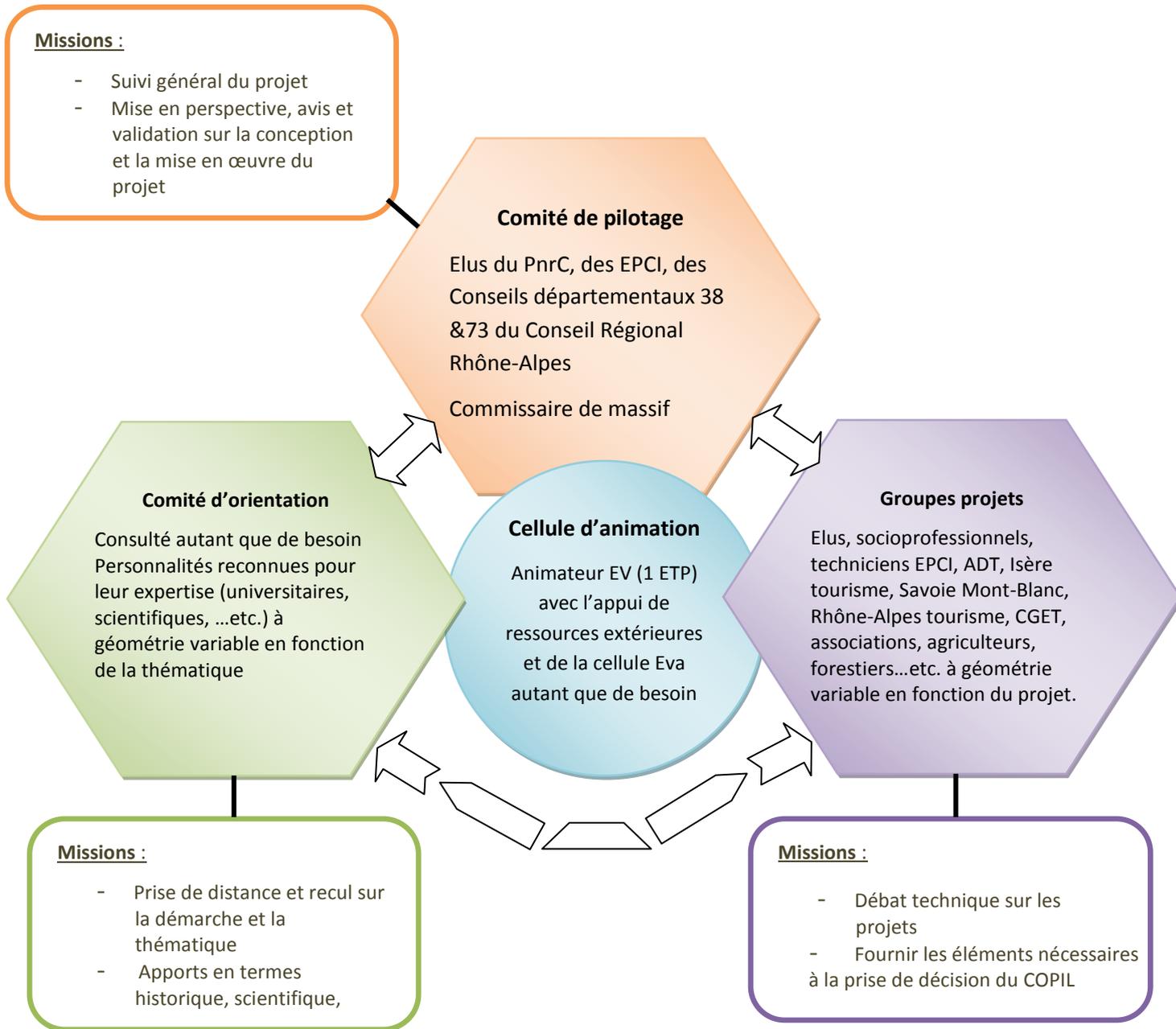
De surcroît, il est intéressant de préciser que les enquêtes menées auprès des clientèles fréquentant la Chartreuse, ont démontré que ces dernières considéraient que **les villes de Chambéry, Grenoble et Voiron étaient parties prenantes de la destination**.

Aussi, si le périmètre de l'EV Chartreuse est composé de 61 communes (60 du Parc et 1 hors Parc), des partenariats seront formalisés avec les EPCI compétents en matière de tourisme et ce, afin de renforcer la destination Chartreuse, d'une part, en mutualisant les moyens techniques et financiers et, d'autre part, en y adjoignant l'offre des territoires voisins et plus particulièrement celle des villes portes. Réciproquement, la destination Chartreuse viendra en soutien des produits développés par ces mêmes territoires voisins et notamment l'offre MICE.

Ces EPCI ont été étroitement associés à l'élaboration de la présente candidature tant dans le Comité de pilotage (élus & techniciens) que dans les groupes de travail (techniciens) et y ont manifesté leur soutien (cf. courriers joints).



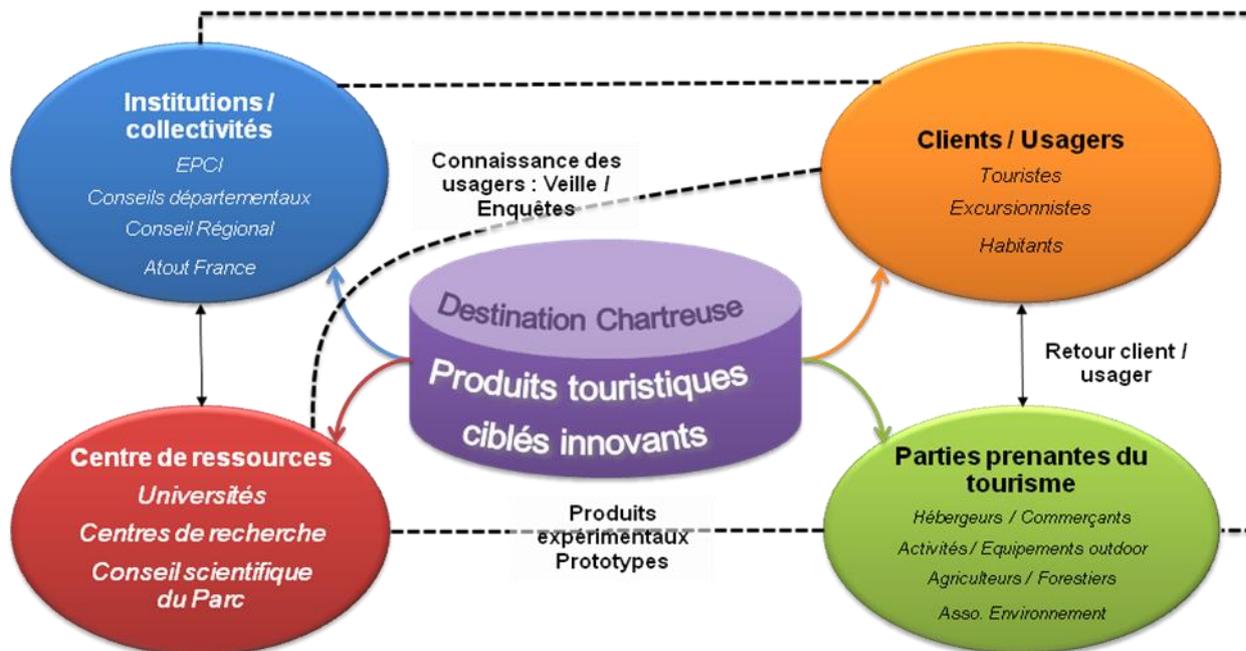
VI.5. Pilotage de la stratégie



La difficulté, pour la destination, à pouvoir répondre à certains enjeux ou objectifs a conduit les participants à imaginer la mise en place d'un processus de créativité et d'accompagnement de projet sous la forme d'une plateforme d'innovation. La question de l'hébergement touristique, l'avenir de l'offre neige, la plus value des ALPN sont les thèmes qui ont été évoqués comment pouvant d'ores et déjà nécessiter l'expérimentation de l'outil. L'accompagnement pourrait se poursuivre par la mise en place d'un incubateur ou d'une couveuse d'entreprises spécialisées dans le tourisme et les loisirs en lien avec les acteurs des aires urbaines.

La plateforme serait saisie par le groupe projet et animée par l'animateur EV.





VI.6. Dispositif d'évaluation de la stratégie

Nous proposons un dispositif d'évaluation à deux niveaux : Eva

Le premier niveau aura pour objectif de juger de la pertinence de la stratégie, de son efficacité, de son efficience et de son impact (par rapport aux effets recherchés par les dispositifs POIA / CIMA / Montagne 2040). Dans la mesure du possible nous souhaiterions élaborer cet outil d'évaluation avec les autres EV.

Un bilan de la stratégie viendra compléter les données fournies par l'outil d'évaluation. Ce bilan sera confié à une structure extérieure (prestataire ou université) à qui il sera demandé, entre autres d'auditionner les porteurs de projets ayant bénéficié d'un accompagnement technique et financier à travers l'Espace valléen Chartreuse.

Le deuxième niveau du dispositif aura pour objectif d'élaborer un tableau de bord avec critères, indicateurs, et éléments de mesure pour suivre les actions (évaluation concomitante).

Si la mobilisation des acteurs le permet, a minima 8 volontaires (élus, techniciens, socioprofessionnels et habitants), une cellule d'évaluation, Eva, pourra être constituée. Avec l'animateur EV, elle participera à tous les travaux d'évaluation liés à la stratégie et à son plan d'actions. Sur la base des indicateurs proposés dans les fiches action, elle élaborera le tableau de bord et assurera : le suivi des actions, débattre des ajustements à proposer au comité de pilotage, soumettra une communication régulière des résultats. Un de ses membres siègera au comité de pilotage afin de faire état des suivis.

VI.7. Cohérence avec les autres dispositifs

En adéquation avec la Charte de Parc, le syndicat mixte du Parc naturel régional de Chartreuse porte et anime, pour le compte du massif, plusieurs procédures contractuelles.

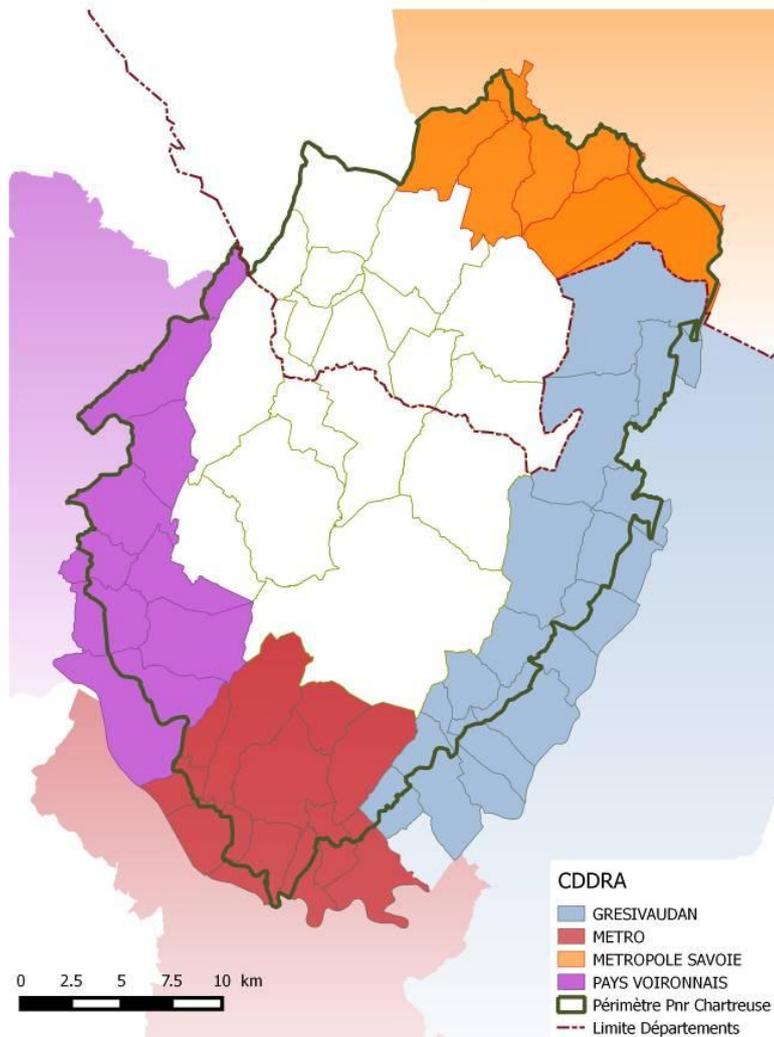
De 2013 à 2015, la quasi-totalité de ces procédures a été évaluée, actualisée et repositionnée afin de répondre aux évolutions conjoncturelles et plus particulièrement les crises environnementale, économique et sociétale.

Les appels à projets, qui ont découlé de ce repositionnement stratégique, se sont inscrits dans des délais de dépôt de candidature relativement similaires.



Cette concomitance des échéances a permis d'accroître d'une part, **les échanges entre les filières**, par des réunions communes plus nombreuses, et d'autre part, de **s'assurer de la cohérence et de la complémentarité entre chacun des programmes**. Enfin, l'association des élus et des techniciens des EPCI devrait faciliter la continuité et la complémentarité avec les dispositifs qu'ils portent et notamment la prochaine génération de CDDRA.

CDDRA intervenant sur l'espace Valléen

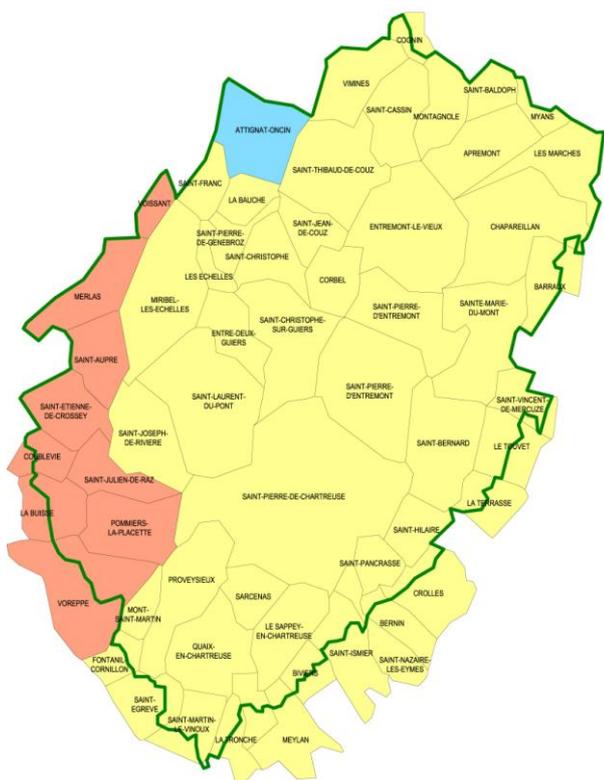


Périimètre Leader

Parc naturel régional de Chartreuse

Légende

- périmètre Leader
- communes candidates à un programme Leader de l'agglomération du Pays Voironnais
- commune candidate au programme Leader de l'APS



A ce stade de la candidature Espace valléen, le programme d'actions n'étant pas encore arrêté, **seules les actions liées à la mobilité devraient être partagées entre l'Espace valléen et le programme LEADER**. Les actions de mobilité contribuant à la « mise en scène » de la destination seraient inscrites dans l'Espace valléen (navettes habillées et aménagées aux couleurs chartreuse, stop amélioré afin de rencontrer les habitants, réseau de VAE pour changer le rythme de consommation du massif...). Alors que les actions génériques (agence de mobilité, P.D.E, système d'information multimodal) seront intégrées au LEADER Chartreuse.

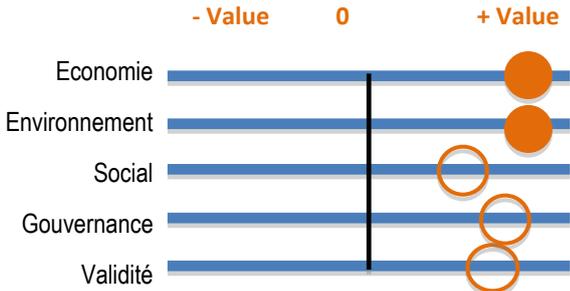
Enfin le périmètre de l'Espace valléen couvrant plusieurs périmètres de contractualisation (LEADER, CDDRA,... (cf. cartes), **l'animateur EV aura un rôle important, au quotidien, dans l'articulation de ces procédures avec la stratégie Espace valléen.**



VII. EXEMPLE DE FICHE ACTION

AXE 2 : GARANTIR UNE EXPÉRIENCE CLIENT DE QUALITÉ											
Action 2. : Déploiement de la méthodologie et du concept « Destination Parcs », séjours touristiques expérientiels											
Contexte		L'opération ValÉcoParcs - Destination Parcs (2011-2014) a initié une méthodologie de travail entre Parcs naturels régionaux (Chartreuse, Vercors, Massif des Bauges, Baronnies Provençales) et opérateurs de voyage, dans les domaines de la conception et de la commercialisation de séjours éco-touristiques expérientiels. Cette opération a été menée conjointement à l'expérimentation sur le volet 3 de la CETD par l'IPAMAC, réseau des Parcs du Massif Central.									
Objectifs		Transférer la méthodologie auprès d'autres territoires et opérateurs de voyage afin de développer la gamme Destination Parcs : co-concevoir de nouveaux produits éco-expérientiels ; Accompagner les opérateurs de voyage dans la promotion et la commercialisation des offres Destination Parcs ; Déployer le volet 3 de la CETD en France et en Europe									
Lien avec les contrats		<u>POIA</u> Axe 1 : Protéger et valoriser les ressources alpines pour un développement durable des territoires de montagne. <u>Montagne 2040 :</u> Structuration et professionnalisation de tous les acteurs touristiques (formation, promotion).									
Lien avec d'autres E.V.		Parcs naturels régionaux du massif des Bauges, du Vercors et des Baronnies Provençales.									
Type d'intervention		Ingénierie : animation et coordination de l'action à l'échelle des Parcs de Chartreuse, Vercors, massif des Bauges, Baronnies Provençales, en lien avec les Parcs du Massif Central. Accompagnement des opérateurs de voyage dans la conception des séjours (mobilisation d'experts) et dans la promotion (prestations agence presse, webmarketing).									
Partenariats		Parcs naturels régionaux du réseau IPAMAC (Massif Central) Fédération PNRF, Atout France, Comités régionaux et départementaux du Tourisme des territoires, ATDs									
Actions à entreprendre		<ul style="list-style-type: none"> . Mutualisation des outils développés dans le cadre des opérations ValÉcoParcs et Volet 3 CETD . Développement de nouveaux partenariats avec des opérateurs de voyage et des espaces protégés : création des nouveaux produits . Organisation de la deuxième édition du concours de produits touristiques expérientiels Destination Parcs . Transfert du positionnement marketing « tourisme expérientiel durable » . Mise en place d'actions de promotion et de communication des offres Destination Parcs 									
Maîtrises d'ouvrages		PNRx Chartreuse, massif des Bauges, Vercors, Baronnies Provençales									
Coût prévisionnel		Coût prévisionnel de la totalité de l'opération (à répartir entre les maîtres d'ouvrage) :									
Décomposition		<ul style="list-style-type: none"> . Développement de la gamme de produits Destination Parcs : . Accompagnement des opérateurs de voyage à la promotion / commercialisation des produits Destination Parcs : XXXX . Capitalisation / transfert : XXXX . Animation inter-Parcs : XXXX 									
Calendrier					Hypothèse de financement						
2016	2017	2018	2019	2020	Europe	RRA	CD 73	CD 38	EPCI	Commune	Autre
x	x	x			X	X					X



<p>Analyse au regard du DD</p>	<p style="text-align: center;">- Value 0 + Value</p> 
<p>Cibles clientèles</p>	
<p>Évaluation</p>	<ul style="list-style-type: none"> . Nombre d'opérateurs de voyage engagés et accompagnés . Nombre de produits créés et commercialisés . Nombre d'actions de promotion communes réalisées . Fréquentation du site destination-parcs.fr . Nombre de produits vendus



VIII. ANNEXES

VIII.1. Projet de délibération

Bureau Syndical

Jeudi 8 octobre 2015

Saint Laurent du Pont

RAPPORT N°

Rapporteur : La Présidente

OBJET : Candidature Espace valléen & Convention Montagne 2040.

Contexte :

La démarche expérimentale d'espace « Valléen » vise à construire et mettre en œuvre un projet de développement intégré sur un périmètre cohérent permettant notamment aux territoires de développer leurs spécificités et de réduire leur dépendance au produit neige ; elle a bénéficié pour cela des soutiens conjoints de la Région, de l'Etat et de l'Union Européenne sur la période 2007-2013. En chartreuse, cette démarche a permis de mobiliser plus de 2,7 millions d'euros de subvention pour 15 actions.

Pour la période 2014-2020, le comité de programmation du massif des Alpes et la Région Rhône-Alpes ont décidé de poursuivre cette dynamique et pour se faire propose aux territoires de répondre à un appel à manifestation en déposant une candidature sous la forme d'une stratégie pluriannuelle accompagnée de son plan d'action.

En juin 2015, le Comité syndical avait délibéré favorablement pour d'une part solliciter un accompagnement en ingénierie et, d'autre part, que le Syndicat mixte porte la candidature pour le compte de la destination Chartreuse.

Cette candidature pour être recevable doit être accompagnée d'une délibération de validation du bureau syndical.

Après en avoir délibéré le Bureau syndical décide :

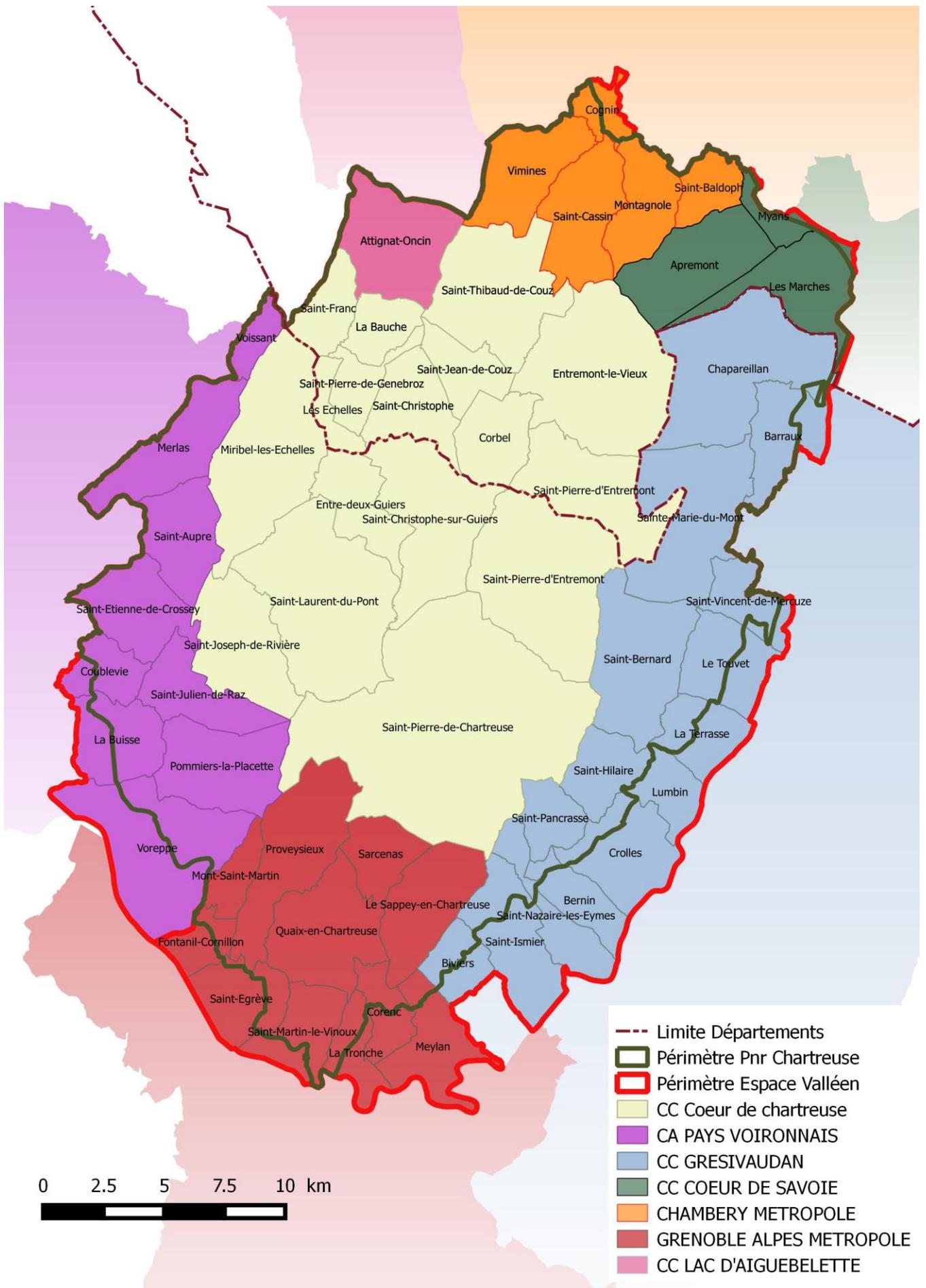
De valider les éléments constitutifs de la candidature à l'appel à manifestation Espace « Valléen » : le diagnostic ; la stratégie, le périmètre, la gouvernance et le pilotage.

De donner mandat à la présidente pour déposer la candidature à l'appel à manifestation Espace valléen 2014-2020.

D'autoriser la Présidente à signer tous documents se rapportant à cette décision.



VIII.2. Carte du périmètre de l'Espace valléen



VIII.3. Courriers de soutien EPCI



A Entre deux Guiers, le 9 septembre 2015

Madame Éliane GIRAUD
Présidente du Parc naturel régional de
Chartreuse
Maison du Parc
38380 Saint-Pierre de Chartreuse

Objet : Candidature Chartreuse contrats touristiques régionaux et européens 2014-2020

Affaire suivie par : Cédric ARGOUD

Madame la Présidente,

La communauté de communes du Cœur de Chartreuse et le Parc naturel régional de Chartreuse œuvrent ensemble, pour le développement de l'économie touristique de la destination Chartreuse.

Les opérations liées à la Station de trail, aux sites nordiques du Désert et du col de Porte, pour ne citer que les plus structurantes, témoignent de ce travail partenarial. Opérations qui, en outre, ont été financées par les contrats touristiques régionaux et européens 2007-2013.

Par ailleurs, nos structures s'associent lors des réflexions stratégiques qu'elles conduisent en matière de tourisme et ce afin d'en assurer la cohérence et la complémentarité.

Un mode de faire ensemble qui a prévalu à l'élaboration de la stratégie marketing et de développement touristique qu'anime le Parc dans le cadre de la candidature du massif aux futurs contrats touristiques 2014-2020.

Aussi, je me félicite que notre collaboration puisse se poursuivre à travers la candidature de la destination Chartreuse aux nouveaux contrats touristiques.

La communauté de communes Cœur de Chartreuse, participera au cofinancement des actions situées sur son territoire et inscrites dans ces contrats qui seront en cohérence avec son projet de territoire.

Je vous prie d'agréer, Madame la Présidente, l'expression de mes sincères salutations.

Le Président
Denis SEJOURNE





EH



Madame Éliane GIRAUD
Présidente du Parc naturel régional de Chartreuse
Maison du Parc
38380 Saint-Pierre de Chartreuse

Montmélian, Le mardi 25 août 2015

Objet : Candidature Chartreuse contrats touristiques régionaux et européens 2014-2020

Madame la Présidente,

La communauté de communes Cœur de Savoie et le Parc naturel régional de Chartreuse œuvrent ensemble, pour le développement de l'économie touristique de la « Destination Chartreuse ».

Les opérations telles que, Vignobles et Découvertes, la promotion touristique, le développement de la randonnée, témoignent de ce travail partenarial.

Par ailleurs, nos structures s'associent lors des réflexions stratégiques qu'elles conduisent en matière de tourisme et ce afin d'en assurer la cohérence et la complémentarité. C'est plus particulièrement le cas pour l'élaboration de la stratégie marketing et de développement touristique qu'anime le Parc dans le cadre de la candidature du massif aux futurs contrats touristiques 2014-2020.

Aussi, je me félicite que notre collaboration puisse se poursuivre à travers la candidature de la destination Chartreuse aux nouveaux contrats touristiques.

La communauté de communes Cœur de Savoie facilitera, autant que possible, le cofinancement des actions, situées sur son territoire, qui seront inscrites dans ces contrats.

Je vous prie d'agréer, Madame la Présidente, l'expression de mes sincères salutations.

Béatrice SANTAIS
Présidente
Communauté de
Communes Cœur de Savoie
Terre de nature et d'audace



Communauté de communes Cœur de Savoie - Place Albert Serraz - BP 40020 - 73802 Montmélian cedex
Tél. 04 79 84 36 27 / Fax. 04 79 84 36 28

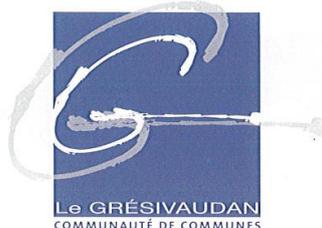
La Madeleine - Rue Maurice Rey
73110 La Rochette

61, rue Domenget
73250 Saint-Pierre D'Albignay

Rue de la République
73390 Chamoux-sur-Gelon

www.coeurdesavoie.fr





EH

Madame Éliane GIRAUD
Présidente du Parc naturel
régional de Chartreuse
Maison du Parc
38380 Saint-Pierre de Chartreuse

Crolles, le 27 juillet 2015

N/Réf : ChE/JP/AC/2015-01680

S/C Direction générale/iv

Objet : Candidature Chartreuse contrats touristiques régionaux et européens 2014-2020
Affaire suivie par Alexandre Chalencou.

Madame la Présidente,

La communauté de communes du pays du Grésivaudan et le Parc naturel régional de Chartreuse œuvrent ensemble, depuis plusieurs années, pour le développement de l'économie touristique de la destination Chartreuse.

Les opérations liées à l'espace ludique du col de Marcieu, au Funiculaire de Saint Hilaire du Touvet et à l'Évasion au naturel, pour ne citer que les plus structurantes, témoignent de ce travail partenarial. Opérations qui, en outre, ont été financées par les contrats touristiques régionaux et européens 2007-2013.

Par ailleurs, nos structures s'associent lors des réflexions stratégiques qu'elles conduisent et ce afin d'en assurer la cohérence et la complémentarité. C'est plus particulièrement le cas pour l'élaboration de la stratégie marketing et de développement qu'anime le Parc dans le cadre de la candidature du massif aux futurs contrats touristiques 2014-2020.

Aussi, je me félicite que notre collaboration puisse se poursuivre à travers la candidature de la destination Chartreuse aux nouveaux contrats touristiques.

Le GRÉSIVAUDAN
COMMUNAUTÉ DE COMMUNES
390 RUE HENRI FABRE - 38926 CROLLES CEDEX
TÉL. 04 76 08 04 57 - FAX 04 76 08 85 61



www.le-gresivaudan.fr
bienvenue@le-gresivaudan.fr



La communauté de communes du Pays du Grésivaudan facilitera, autant que possible et dans le cadre de sa politique de soutien aux projets touristiques, le cofinancement des actions inscrites dans ces contrats et situées sur son territoire.

Je vous prie de croire, Madame la Présidente, à l'assurance de mes salutations distinguées.

Pour le Président,

Francis GIMBERT

Et par délégation

Le vice-président en charge du
tourisme et des sentiers de
randonnée

Christophe ENGRAND





Madame Éliane GIRAUD
Présidente du Parc naturel régional
de Chartreuse
Maison du Parc
38380 Saint-Pierre de Chartreuse

Grenoble, le

N/Réf : 15LT346
Objet : Candidature PNR Chartreuse aux contrats touristiques régionaux et européens 2014-2020
Affaire suivie par : Gaëlle Pouessel (5661)

 Madame la Présidente, *Chère Éliane,*

Grenoble-Alpes Métropole et le Parc naturel régional de Chartreuse œuvrent de concert pour favoriser le développement de l'économie touristique de la destination Chartreuse.

En matière de mobilité touristique notamment, la Métropole et le parc naturel régional de Chartreuse ont collaboré sur des opérations telles que le repositionnement du site nordique du col de Porte, la valorisation des patrimoines. Ces opérations ont en outre été financées par les contrats touristiques régionaux et européens 2007-2013.

Par ailleurs, nos structures s'associent lors des réflexions stratégiques qu'elles conduisent en matière de développement tourisme afin d'en assurer la cohérence et la complémentarité. C'est plus particulièrement le cas pour l'élaboration de la stratégie marketing et de développement touristique qu'anime le Parc dans le cadre de la candidature du massif aux futurs contrats touristiques 2014-2020.

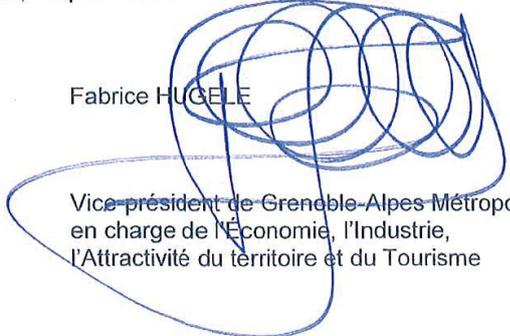
Aussi, je me félicite que notre collaboration puisse se poursuivre à travers la candidature de la destination Chartreuse aux nouveaux contrats touristiques.

Grenoble-Alpes Métropole soutiendra autant que possible les projets situés sur son territoire et inscrits dans ces nouveaux contrats.

Je vous prie d'agréer, Madame la Présidente, l'expression de mes sincères salutations.



Fabrice HUGELE


Vice-président de Grenoble-Alpes Métropole
en charge de l'Économie, l'Industrie,
l'Attractivité du territoire et du Tourisme

LE FORUM - 3 rue Malakoff - CS 50053 - 38031 Grenoble cedex 01
Tél. 04 76 59 59 59 - 04 76 42 33 43
lametro.fr

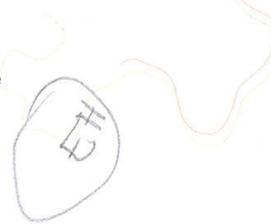




REÇU le
11 SEP. 2015
Rép: 2241

SERVICE TOURISME

Madame Éliane GIRAUD
Présidente du Parc naturel régional de
Chartreuse
Maison du Parc
38380 Saint-Pierre de Chartreuse



Voiron, le 4 septembre 2015

Nos Réf. : D-TOURISME-2015006374

Objet : Candidature Chartreuse contrats touristiques 2014-2020

Dossier suivi par :
William JAMET
Tél. 04 76 27 94 20
william.jamet@paysvoironnais.com

Madame la Présidente,

La Communauté d'agglomération du Pays Voironnais et le Parc naturel régional de Chartreuse œuvrent ensemble pour le développement de l'économie touristique de la destination Chartreuse.

Les opérations telles que le développement des randonnées, la promotion touristique, l'aménagement du sentier de Bellevue à Chalais,... témoignent de ce travail partenarial.

Par ailleurs, nos structures s'associent lors des réflexions stratégiques qu'elles conduisent en matière de tourisme et ce afin d'en assurer la cohérence et la complémentarité. C'est plus particulièrement le cas pour l'élaboration de la stratégie marketing et de développement touristique qu'anime le Parc dans le cadre de la candidature du massif aux futurs contrats touristiques 2014-2020.

Aussi, nous nous félicitons que notre collaboration puisse se poursuivre avec la candidature de la destination Chartreuse aux nouveaux contrats touristiques.

La Communauté d'agglomération du Pays Voironnais facilitera, autant que possible, le cofinancement des actions situées sur son territoire, qui seront inscrites dans ces contrats.

Souhaitant avoir répondu à votre attente et restant à votre disposition avec les différents Vice-présidents concernés, nous vous prions d'agréer, Madame la Présidente, l'expression de nos sincères salutations.

Bien à toi

Jean-Paul BRET
Président

PAYS VOIRONNAIS
Communauté du Pays Voironnais
COMMUNAUTÉ DU PAYS VOIRONNAIS
40, rue Mainssieux - CS 80363
38516 Voiron cedex
Tél. : 04 76 93 17 71

www.paysvoironnais.com



VIII.4. Liste des participants aux différentes étapes de la stratégie

NOM	Prénom	Structure	Statut
ACTIS	Grégoire	CG 38 / Isère Tourisme	Technicien
ALESSANDRONI	Mario	Parc naturel régional de Chartreuse (Tourisme & environnement)	Technicien
ALLARD	Sylvène	Parc naturel régional de Chartreuse (Éducation au territoire)	Technicien
ALMAYRAC		Le habert du Terray	Socioprofessionnel
AMEZIANE	Yannis	Conseil départemental de l'Isère, service des sports	Technicien
ANDRE	Michel	Chambéry Métropole	Élu
ARBOR	Gérard	Vice-président à l'urbanisme aux paysages et à la mobilité du Parc naturel régional de Chartreuse	Élu
ARGOUD	Cédric	Directeur Communauté de communes Cœur de Chartreuse	Technicien
ARNOULD	Louis	Stations de trail/Espaces ski de rando	Socioprofessionnel
AVVENENGO DUCCA	Lise	COFOR 38	Technicien
BAFFERT	Nicole	OT st pierre de chartreuse	Socioprofessionnel
BARD	Bertrand	Camping de L'ourson	Socioprofessionnel
BARRE	Bruno	Communauté d'agglomération du Pays Voironnais	Technicien
BASSO DE MARCO	Pierre	Groupement des Sylviculteurs	Élu (associatif)
BATON	Laurence	Chartreuse tourisme	Technicien
BAUDELIN	J-P	Chez MACQ'DELIN	Socioprofessionnel
BAUWENS	Nathalie	Comité départemental spéléo	Socioprofessionnel
BECLE-BELRAND	Guy	OT Saint Pierre de Chartreuse	Élu (associatif)
BELANGER	Gilles	OT de Saint-Pierre de Chartreuse	Élu (associatif)
BELLET		Prevol	Socioprofessionnel
BERGER	Nathalie	DDCSPP Jeunesse et sports Savoie	Technicien
BERNARBE	Bruno	Gîtes de France Isère	Technicien
BERTHOLIO	Adrien	Réciprocité Guiers	Socioprofessionnel
BESANCENOT	François	Parc naturel régional de Chartreuse (Environnement & développement durable)	Technicien
BESSY	Olivier	Expert	Universitaire
BOISSELIER	Pierre	Vice-président au tourisme du Parc naturel régional de Chartreuse	Élu
BOSSE	Jean-Philippe	Protourisme	Intervenant
BOSSOM	Danièle	Syndicat initiative Du Sappey en Chartreuse et du balcon sud Chartreuse	Socioprofessionnel
BOURHIS	Fabien	Parc naturel régional de Chartreuse (Forêt-bois)	Technicien
BOUTEILLER	Florian	Cartusiana	Socioprofessionnel
BOUVARD	Aurèle	ATD Savoie	Technicien
BRICALLI	Gérard	OT Pontcharra	Élu (associatif)
BROSSE	Régis	Cartusiana	Socioprofessionnel
BRUGIERE GARDE	Pierre	OT petites roches	Élu
BRUNET	Jean Pierre	CODEP Cyclotourisme 73	Socioprofessionnel
BUISSON		Gîtes les Buissons Fleuris	Socioprofessionnel
BURLET	Céline	Conseiller Départemental de l'Isère	Élu
CAILLON	Stéphanie	OT petites roches	Élu
CARTANAZ	Nadine	Gîtes de France 38	Socioprofessionnel



NOM	Prénom	Structure	Statut
CERTAIN	Adeline	Parc naturel régional de Chartreuse (Stagiaire tourisme)	Étudiant
CHALENCON	Alexandre	Communauté de communes du Grésivaudan	Technicien
CHARLES	Bruno	Gîte du chant de L'eau	Socioprofessionnel
CHARLOT	Sylvain	Atout France Montagne	Technicien
CHATELET	Nathalie	Hébergeur	Socioprofessionnel
CHAUVIN-DROZ	Sylvie	Atelier Pachamama Terres	Socioprofessionnel
CLARET	Jean Paul	1 ^{er} Vice-Président du Parc naturel régional de Chartreuse	Élu
CLERE	Séverine	OT du Pays voironnais	Technicien
COSTE	Catherine	La bonne fabrique	Socioprofessionnel
CUZEN	Michel	FFR Isère	Socioprofessionnel
DAL'LIN	Gérard	Mairie St Christophe/Guiers et OT Vallée de Chartreuse	Élu
DANIEL	Yann	Cartusiana / Ski de fond	Socioprofessionnel
D'ASCOLI	Yann	Isère Tourisme	Technicien
DAVID	Joséphine	OT Grande Sure	Technicien
DE L'EPREVIER	Armelle	Parc naturel régional de Chartreuse (Paysage)	Technicien
DE QUINSONAS	Isabelle	Château du touvet	Socioprofessionnel
DEBRUGERES	Erich	OT Chambéry et Congrès	Technicien
DELACHANAL	Sylvie	Isère Tourisme	Technicien
DERBIER	Philippe	Riders spirit	Socioprofessionnel
DESAUTEL	Frédéric	OT petites roches	Socioprofessionnel
DESFONTAINES	Rémy	ONF	Socioprofessionnel
DIEDERICHS	Nicolas	Chartreuse tourisme	Élu (associatif)
DIETELIN	Michel	ATD 73	Technicien
D'ONOFRIO	Valérie	CDRP Isère	Socioprofessionnel
DUBOIS	Hervé	CAUE 73	Technicien
DUC	Jean François	Vice-président au tourisme communauté de communes Cœur de Savoie et Conseiller départemental	Élu
DUJARDIN	Francis	Station de Trail Espace Ski de rando	Socioprofessionnel
DUPONT	Charlotte	Parc naturel régional de Chartreuse (Tourisme & mobilité)	Technicien
DUPRAZ	Grégory	Parc naturel régional de Chartreuse (Agriculture)	Technicien
DUPRAZ	Marie	Orex Loisirs	Intervenant
ENGRAND	Christophe	Vice-président au tourisme communauté de communes du Grésivaudan et Conseiller départemental de l'Isère	Élu
EXBRAYAT	Yves	OT Grenoble Métropole	Technicien
EYMERY	Clémentine	Kahotep	Socioprofessionnel
FERRAROLI	Sandra	Réserve naturelle Hauts de Chartreuse	Technicien
FILLIAT	Cédric	Communauté de communes Cœur de Chartreuse	Technicien
FONTENAS	Alban	Parc naturel régional de Chartreuse (Communication)	Technicien
FRANÇAIS	Jean-Charles	CGET	Technicien



NOM	Prénom	Structure	Statut
FRASSAIN	Catherine	Chambres d'Hôte St Christophe la Grotte	Socioprofessionnel
GASQUET	Jean-Jacques	Chartreuse tourisme	Socioprofessionnel
GAVEND	Mathieu	Parc naturel régional de Chartreuse (Forêt-bois)	Technicien
GENEVE	Eliane	Accueil Paysan	Socioprofessionnel
GENTILINI	Franck	Site nordique Entremonts	Socioprofessionnel
GERPILLON	Yves	Maire St Pierre de Chartreuse	Élu
GOGUILLOT	Audrey	OT Vallée de Chartreuse	Socioprofessionnel
GONON	Emilie	FFC 38 - Comité régional RA	Socioprofessionnel
GONZALES	Etienne	La passion du bois	Socioprofessionnel
GUIBRETEAU	Amtal	Accrobungy St Hilaire	Socioprofessionnel
GUYARD	Rémy	CAUE 38	Technicien
HANUS	Gérard	Parc naturel régional de Chartreuse (Directeur)	Technicien
HENRY	Emmanuel	FFC	Technicien
HEYRMAN	Emmanuel	Parc naturel régional de Chartreuse (Tourisme)	Technicien
HUGOT	Jérôme	Com Com Cœur de Savoie	Technicien
JABOUILLE	véronique	CRPF RA	Technicien
JAILLET	Pierre	Oréade	Socioprofessionnel
JAMET	William	Com Com Pays Voironnais	Technicien
JARRIAND	David	Cartusiana	Socioprofessionnel
JARRIN	Galid	Cinema le Montcelet	Socioprofessionnel
JOLY	André	CG73	Technicien
JOYE	Rémi	ATD Savoie	Technicien
JULIEN	Christine	Musée Art Sacré St Hugues	Socioprofessionnel
JULO	Chantal	Association de sauvegarde et de valorisation de Fort Barraux	Socioprofessionnel
LALAUZE	Clara	CC Entremonts	Technicien
LANGE	Martine	OT petites roches	Technicien
LANGLOIS	Thomas	CG 38 / Isère Tourisme	Technicien
LAVAL	Benoît	Station de Trail Espace Ski de rando	Élu (associatif)
LE GOUIC	Vinciane	Chartreuse tourisme	Technicien
LEGUET	Fabien	Isère Sport Nature	Socioprofessionnel
LOPEZ	Aimé	Auberge le Thimelet Corbel	Socioprofessionnel
MAISONNIER	Raphael	Parc naturel régional de Chartreuse	Élu
MANDRAY	Karine	ATD Savoie	Technicien
MARILLAUD	Fabien	FFC 38	Socioprofessionnel
MARTIN	Vincent	Gite L'escale du désert	Socioprofessionnel
MARTINET	Christophe	Régie St Hilaire du Touvet	Socioprofessionnel
MASSE NAVETTE	Blandine	Au pré chardon	Socioprofessionnel
MEDITZ	Virginie	Parc naturel régional de Chartreuse (Tourisme)	Technicien
MENEGOZ	Laurent	OT Vallée de Chartreuse	Élu
METZ	Alice	Amis du Parc	Technicien
MICHON	Bernard	Conseiller Départemental de l'Isère	Élu
MOLLARET	Christiane	ADT Chartreuse tourisme	Élu (associatif)
MOLLIER	Andrée	OT Vallée de Chartreuse	Élu (associatif)
MOREL	Alice	ONF	Technicien



NOM	Prénom	Structure	Statut
MOREL	Véronique	Saison nomade / La cartusienne	Socioprofessionnel
NURIT	Maryne	Hébergeur	Socioprofessionnel
OBRINTIN	Marion	Parc naturel régional de Chartreuse (Stagiaire tourisme)	Étudiant
OLIOT	Virginie	OT vallée de Chartreuse	Technicien
ORTHLIEB	Maxence	Parc naturel régional de Chartreuse	Élu
PAUGET	Pierre	Fédération handisport Isère	Élu (associatif)
PERRON	Loïc	ACM /Photographe	Socioprofessionnel
PESENTI	Thibault	Clévacances 38	Socioprofessionnel
PETIT	Jean-Paul	Parc naturel régional de Chartreuse	Élu
PHILIPPE	Evelyne	Gîte Genévrier Corbel	Socioprofessionnel
PICCARRETA	Antoine	Fédération pêche Isère	Socioprofessionnel
PORTE	Agnès	Logis de France 38	Socioprofessionnel
POUESSEL	Gaëlle	Grenoble Alpes Métropole	Technicien
RABILLIER	Mickael	ASDER	Technicien
RAT-PATRON	Roger	Sylviculteur Chartreuse	Élu (associatif)
RENAUDIN	Brigitte	Conseillère municipale E2G	Élu
REVERCHON	Alexandra	AADEC	Élu (associatif)
ROUGIER	Alain	OT petites roches	Élu
ROUX DESSUET	Nathalie	Badianes créations	Socioprofessionnel
RUBY	François	Gîte L'escale du désert	Socioprofessionnel
RUIN	Isabelle	Mairie St Hilaire	Socioprofessionnel
SAINT-JEAN	Coralie	OT Saint Pierre de Chartreuse	Technicien
SAUVAGE	Hélène	Chambéry Métropole	Technicien
SEJOURNE	Denis	Parc naturel régional de Chartreuse & Communauté de communes Cœur de Chartreuse	Élu
STEFFEN	Laurent	AROEVEN	Socioprofessionnel
TIVOLLIER	Jean Luc	Cartusiana	Socioprofessionnel
TREVISAN	Jean Luc	FFC 38 - Comité régional RA	Socioprofessionnel
VALETTE	James	Musée Art Sacré St Hugues	Socioprofessionnel
VALLET	Cédric	CAUE 73	Technicien
VERMERSCH	Côme	Savoie Mont Blanc Tourisme	Technicien
VEROLLET	Stéphanie	Musée de l'ours	Socioprofessionnel
VIAL	Cédric	Parc naturel régional de Chartreuse	Élu
VIALLET	Bruno	CRPF RA	Élu (associatif)
VIGREUX	Alain	OT Grésivaudan	Élu (associatif)
VILLECOURT	Albane	ADT Chartreuse tourisme	Technicien
XUEREB	Sarah	CG73 - ATD 73	Technicien
ZOZZOLI	Sandrine	OT du Plateau des Petites Roches	Technicien



VIII.5. Relevé de décision du COPIL & Feuille de route offre neige

Relevé de décisions Comité de pilotage offre neige Chartreuse	Réunion du : 31 janvier 2012 Rédacteur : EH
<p>Participants : Eliane GIRAUD, Présidente du Parc de Chartreuse ; Jacques PICHON-MARTIN, Conseiller général Canton de Saint Laurent du Pont ; Claude DEGASPERI, Président de la Communauté de communes Chartreuse Guiers ; Jacques SANTONI, Adjoint au Maire de Sarcenas ; Jean-Paul PETIT, Maire de Saint Pierre d'Entremont ; Christophe SESTIER, Maire de Saint Pierre de Chartreuse ; Jean BARBET, Maire du Sappey en Chartreuse ; Dominique GAVIGNON, Chef de bureau du conseil et du contrôle de légalité de la Préfecture de l'Isère ; Audrey GONINET, chargée de mission du bureau du conseil et du contrôle de légalité de la Préfecture de l'Isère ; Thomas LANGLOIS, Chef de projet développement touristique CG 38 ; Gérard HANUS, Directeur du Parc ; Emmanuel HEYRMAN, Chargé de mission du Parc.</p> <p>Excusés : François LOBIT, Secrétaire général de la Préfecture de l'Isère ; Christian PICHOU, vice-président du Conseil général de l'Isère chargé de l'Economie touristique et de la politique de la Montagne ; Jean-Claude PEYRIN, Conseiller général du canton de Meylan ; Pierre RIBEAUD, Conseiller général du canton de Saint-Egrève ; Jean-Paul CLARET, Président de la Communauté de communes des Entremonts en Chartreuse ; Daniel BROCARD, Président de la Communauté de communes Balcon Sud de Chartreuse ; Paul GARIN, Maire de Sarcenas ;</p>	
<p>Ordre du jour :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Point d'étape sur les délibérations prises par les conseils municipaux de chacune des commune afin d'entériner la feuille de route présentée lors de la réunion du 22 novembre dernier ; - Présentation de la réflexion en cours concernant : <ul style="list-style-type: none"> La constitution d'une Autorité Organisatrice du Transport à l'échelle des 4 communes ; Le projet global « offre neige chartreuse » ; L'exploitation des sites; - Discussion autour de ces propositions et définition des axes de poursuite ; - Conclusion. 	
<p><u>Point d'étape sur les délibérations prises par les conseils municipaux de chacune des commune afin d'entériner la feuille de route présentée lors de la réunion du 22 novembre dernier ;</u></p>	



Comme ils s'y étaient engagés, les Maires des 4 communes, Jean BARBET, Jean-Paul PETIT, Jacques SANTONI, Christophe SESTIER (adjoint de Paul GARIN), ont proposé à leur conseil municipal respectif de se positionner et de délibérer sur la feuille de route présentée lors de la réunion organisée par le Président du Conseil général de l'Isère le 22 novembre 2010. Ces 4 délibérations ont été ratifiées sans amendement bien avant le délai d'expiration fixé au 31 janvier 2011.

Conformément à cette feuille de route, un comité de pilotage et un groupe de travail ont été installés et travaillent depuis le 7 décembre 2010.

Le Comité de pilotage (COFIL) est composé :

Des Maires des 4 communes : Jean BARBET ; Jean-Paul PETIT ; Jacques SANTONI et/ou Paul GARIN ; Christophe SESTIER.

Des Présidents de 3 Communautés de communes : Daniel BROCARD, Communauté de communes Balcon Sud de Chartreuse ; Claude DEGASPERI, Communauté de communes Chartreuse Guiers ; Jean-Paul CLARET, Communauté de communes des Entremonts en Chartreuse.

Des Conseillers généraux des 3 Cantons : Jean-Claude PEYRIN, Conseiller général du canton de Meylan ; Jacques PICHON-MARTIN Conseiller général du canton de Saint Laurent du Pont ; Pierre RIBEAUD, Conseiller général du Canton de Saint-Egrève.

De la Présidente du Parc naturel régional de Chartreuse : Eliane Giraud.

D'un représentant des services de l'Etat : M. François LOBIT, Secrétaire général.

De membres invités : Christian PICHOU, vice-président du Conseil général de l'Isère chargé de l'Economie touristique et de la politique de la Montagne; Geneviève FIORASO Députée de la 1^{ère} circonscription de l'Isère ; François BROTTES, Député de la cinquième circonscription de l'Isère;

Le COFIL se réunit autant que de besoin en fonction des avancées opérées par le groupe de travail (date retenue les lundis matin de 9h00 à 11h00. Il émet un avis sur les propositions faites par le groupe de travail et fixe le cap à suivre.

Le COFIL, sur la base des propositions du Groupe de travail, aura aussi la charge de la définition et de l'installation de l'Autorité Organisatrice de Transports

L'avis du COFIL est souverain sur l'ensemble des démarches de validation.

Le Groupe de travail est composé :

Des Maires des 4 communes : Jean BARBET ; Jean-Paul PETIT ; Jacques SANTONI et/ou Paul GARIN ; Christophe SESTIER.

De 2 Conseillers municipaux supplémentaires par communes :

Le Sappey en Chartreuse : M^{me} Françoise BIDAULT ; M. Daniel BROCARD

Saint Pierre de Chartreuse : M. Cédric. ARGOUD ; M. Yves GUERPILLON

Saint Pierre d'Entremont : M. Patrice SAULE ; M. Frédéric CALVAIRE.

Sarcenas : M. Jean-François LAUROZ ; M. Jean-Louis SPADA.

Du Président du SIVOM de Chamechaude : Michel BECLE BERLAND

De techniciens permanents : Jean-Pierre VICHIER GUERRE, Directeur du SIVU Saint-Pierre de Chartreuse-Le Planolet ; Isabelle PISSARD, Directrice du service tourisme et de la montagne du Conseil général de l'Isère; Emmanuel HEYRMAN, chargé de mission pour le Parc de Chartreuse.

Des techniciens et d'organismes spécialisés (le bureau du conseil et du contrôle de l'égalité de la Préfecture de l'Isère l'observatoire des clientèles du CDT 38, l'ASADAC...) qui sont associés autant que de besoins en fonction des thématiques abordées et des éclairages recherchés

Le groupe de travail se réunit une fois par semaine les lundis matin de 9h00 à 11h00. Un relevé de décisions est établi à l'issue de chacune de ces réunions.

Le groupe de travail prépare les éléments de discussions et les soumet au COFIL.



La constitution d'une Autorité Organisatrice du Transport (AOT) à l'échelle des 4 communes :

Le Comité de pilotage valide la proposition faite par le Groupe de travail de **constituer une AOT à l'échelle des 4 communes au sein de laquelle celles-ci seront représentées à parité et accompagnées par les Communautés de communes, le Conseil général et le Parc seraient associés.** Au regard des expériences présentées par le bureau du conseil et du contrôle de légalité de la Préfecture de l'Isère et de l'ASADAC, il semble que le **Syndicat mixte à la carte** soit la structure la plus pertinente et la plus efficace pour répondre à ces objectifs. En effet, cette formule permettrait l'entrée des communautés de communes, du Conseil général (même si ce dernier ne le souhaite pas à ce jour) voire des agglomérations de rentrer dans l'AOT. En revanche, le Parc, déjà syndicat mixte ne pourrait être associé que par la voie contractuelle. Enfin, il est confirmé que juridiquement, il n'est pas possible d'associer le secteur privé au niveau de l'AOT.

La constitution de ce Syndicat mixte pourrait se dérouler comme suit :

- 1) **Elargissement de l'actuel SIVU aux communes du Sappey en Chartreuse et de Sarcenas**
- 2) **Mutation du SIVU en Syndicat mixte à la carte**

Cette forme de syndicat mixte ne nécessite pas une remise à plat des compétences déjà transférées. **L'AOT aurait en charge les activités commerciales nordiques et alpines.**

Le projet global « offre neige chartreuse » :Positionnement au niveau du ski alpin

Le Sappey en Chartreuse : Ski débutant et famille à la journée + activités ludiques (snake glisse et luge).

Le col de Porte : Scinder le positionnement du site en deux, **côté Chamechaude** : clubs (piste de slalom homologuée) et jeunes (nouvelles glisses, snow park) et **côté Prairie** : débutant et famille.

Le col de Porte constitue le site de repli général du massif lors des hivers peu enneigés

Les Egaux : Ski famille et jeune nocturne.

Saint Pierre de Chartreuse : Ski classique

Planolet : renforcement du positionnement débutant + groupes (centres de vacances et scolaires) + activités ludiques.

Positionnement au niveau du ski nordique

Le Sappey en Chartreuse : ski plutôt sportif

Col de Porte : scolaire et groupes. Pour le nordique, là encore, le col constitue le site de repli général du massif lors des hivers peu enneigés

Saint Hugues : positionnement plutôt famille et contemplatifs

Activités neige non commerciales

A ce niveau de la réflexion, il est proposé que les activités non commerciales (Raquette à neige, circuits piétons,...) ne soient pas portées par l'AOT et qu'elles restent sous maîtrise d'ouvrage des structures qui en ont actuellement la charge. Toutefois, il apparaît indispensable de s'assurer que l'organisation globale de l'offre neige, commerciale ou non, se fasse bien en complémentarité et dans la concertation afin d'éviter les conflits inter disciplinaires, piétons et skieurs de fond par exemple.

Activités de diversification

A ce jour, au même titre que les activités neige non commerciales, les activités de diversification ne seront pas, non plus, portées par l'AOT. En revanche, des conventions d'exploitation pourront être contractées avec les communes qui souhaiteraient développer ce type d'activités, le VTT par exemple.



ALPIN	
Saint Pierre de Chartreuse / le Planolet	<p><u>Objectifs :</u></p> <p>1) Améliorer la qualité des services à la clientèle, notamment à la clientèle familiale (enfants débutants, scolaires), avec l'aménagement sur le secteur du Planolet, d'un front de neige facilement accessible (parking voitures et bus à proximité) dédié aux débutants,</p> <p>2) Optimiser l'exploitation du domaine résultant du regroupement des deux stations (meilleure exploitation des secteurs les mieux enneigés : secteur d'altitude, versant nord), création de pistes commerciales pour relier les deux secteurs du domaine,</p> <p>3) Abaisser les coûts d'exploitation en diminuant le nombre d'appareils et en optimisant leur fonctionnement au regard de la fréquentation (ouverture d'un maximum de pistes en faisant fonctionner le minimum d'appareils en période creuse, notamment en recentrant dans cette période l'exploitation sur le télésiège de la combe de l'ours et sur le secteur Planolet pour les débutants) et permettre ainsi au SIVU de dégager par lui-même les ressources nécessaires à son propre développement.</p> <p>4) Répartition équitable des coûts d'exploitation de la télécabine entre le SIVU et la Commune de Saint-Pierre de Chartreuse par rapport d'une part, à la mission de service public qu'elle assure pour la desserte des Essarts pendant les périodes où la télécabine n'est pas nécessaire à l'exploitation de la station, et d'autre part, à son rôle d'ascenseur à neige.</p>
	Création d'une piste commerciale reliant les Essarts à la Combe de l'Ours
	Grande visite du tk du Seuillet
	Aménagement du front de neige du Planolet pour un renforcement du positionnement débutant+ bâtiment d'accueil multiservices (salle hors sac / atelier aux normes / accueil berger /caisse / ESF / Poste de secours)
	Création d'une piste reliant le creux de la neige au sommet des Fraisses
	Création d'une piste bleue du sommet des Fraisses au sommet du Seuillet
	Création d'une piste du haut du Seuillet à la Combe de l'Ours
	Remplacement des tk du Seuillet et du Gaz par un nouveau téléski partant du front de neige (coté Gaz) et arrivant au sommet de l'actuel Seuillet
	Remplacement du téléski du Cucheron
	Création d'une piste de retour sur la Combe de l'Ours
	Création d'un espace ludique sur le Planolet
	Installation d'un canon à neige en plus de celui de la Combe de l'ours afin de sécuriser ponctuellement l'activité économique et sociale du site
	Remplacement d'une dameuse d'ici 2012
	Grandes visites sur RM
	EGAUX
Grandes visites sur RM	
Le Sappey en Chartreuse	<p><u>Objectifs :</u></p> <p>Maintien du positionnement débutants et famille, grandes visites réalisées, pas d'investissement lourd, amélioration des services et de l'accès aux pistes.</p>
	Création d'une table de lecture du paysage au sommet du Grand Sommard (PDIPR ?)



	Aménagement de l'itinéraire d'accès au secteur débutants
	Réalisation d'une balustrade au niveau du tk de la Pale afin de gagner quelques jours de neige supplémentaires
	Remplacement d'une dameuse
Col de Porte	<u>Objectifs</u> :
	Renforcer le double positionnement du col en poursuivant le développant côté Chamechaude du stade de slalom et des nouvelles glisses et qualifier l'offre famille et débutant côté prairie
	Préciser l'avenir du TSF du Charmant Som au regard, d'une part, de son apport dans l'économie du site et, d'autre part, dans l'économie globale du projet à l'échelle des 4 communes.
	Diagnostic du TSF du Charmant Som Une mission d'expertise sera réalisée courant février pour guider la prise de décision concernant l'avenir de cet aménagement (tsf+piste)
	Remise en état du TSF du Charmant Som
	Remise en état de la piste liée au TSF
	Remplacement d'une dameuse d'ici 2014
<u>Nordique</u>	
Col de Porte	<u>Objectifs</u> :
	Repositionnement du site nordique du Col comme site à part entière et non plus comme site de substitution des zones nordiques du Sappey et de Saint Hugues Création d'un stade de biathlon 4 saisons Amélioration des conditions d'accueil notamment à destination des groupes et du public scolaire
	Amélioration des pistes existantes (élargissement) et création de nouvelles pistes en direction du Banchet
	Création d'un stade de biathlon 4 saisons
	Réhabilitation du bâtiment appartenant au service des routes du CG 38 ou construction d'un bâtiment bois pour l'accueil
	Piste 4 saisons
	Installation d'un canon à neige dans la prairie de la Faya afin de sécuriser ponctuellement l'activité économique et sociale du site
Sappey	<u>Objectifs</u> :
	Poursuivre le travail sur la qualité des pistes et la conservation de la neige
	Réflexion autour d'une interconnexion avec l'espace nordique du col de porte
	Remplacement d'une dameuse
	Eventuellement création d'une nouvelle piste de liaison avec le col de Porte et d'une piste altitude sur le Saint Eynard
Saint Hugues	<u>Objectifs</u> :
	1) Poursuivre l'amélioration des pistes existantes afin notamment de garder le manteau neigeux. 2) Développer le volet ludique du ski nordique



Poursuivre l'élargissement des pistes existantes
Création d'un border cross
<u>L'exploitation des sites : une Exploitation efficace économiquement et socialement</u>
<p>Deux options s'offrent à l'AOT en matière d'exploitation des remontées mécaniques, faire ou faire faire. Le faire renvoi à la régie, la collectivité prend en charge l'organisation et le fonctionnement du service public. Ex : Valfréjus; Aussoi ; Les Saisies ...Le Faire faire, se traduit à travers différents outils : le marché public, la délégation de service public (DSP), le contrat de partenariat, la société publique locale, qui permettent notamment de s'associer les compétences d'un privé.</p> <p>Au regard des éclairages apportés par le bureau du conseil et du contrôle de légalité de la Préfecture de l'Isère, le comité de pilotage suggère, de s'orienter dans un premier temps (1 à 2 ans) vers une exploitation en Régie personnalisée (ex : Chamrousse) afin de fournir les données indispensables à l'écriture d'un cahier des charges qui permettrait, dans un deuxième temps, de déléguer l'exploitation si tel est le souhait de l'AOT.</p> <p>Concernant le délégataire du col de Porte son contrat étant antérieur à la constitution de la nouvelle AOT, ce dernier s'impose à l'AOT sans modification. En d'autres termes, la création d'une AOT intercommunale ne change rien pour le délégataire, en droits comme en devoirs.</p>
<u>Conclusion</u>
L'échéance de la fin du mois de février étant confirmée, les Maires s'engagent à soumettre, pour délibération, le présent relevé de décisions aussitôt que possible à leur conseil municipal respectif.



FEUILLE DE ROUTE DES PROJETS D'ÉQUIPEMENTS LIES A LA MODERNISATION DE L'OFFRE NEIGE CHARTREUSE

Alpin

	Descriptif de l'équipement	Apport de l'équipement pour les clientèles	Apport de l'équipement pour l'économie	Coûts	Priorité 1	Priorité 2	Priorité 3
Le Sappey en Chartreuse	Aménagement de l'itinéraire d'accès au secteur débutants	Faciliter l'accès au TK baby (achat du foncier en cours)	Mieux adapter l'offre aux attentes de confort et de praticité des familles		X		
	Aménager le TK de la Pale afin de gagner des jours d'exploitation en supprimant notamment la cuvette de la gare de départ	Conserver le manteau neigeux et faciliter l'usage du TK	Augmenter le nombre de jours d'exploitation en période favorable			X	
	Création d'une table de lecture du paysage au sommet du Grand Somnard	Développer une offre contemplative 4 saisons	Enrichir l'offre touristique de la station et du territoire	13 k€	X		
Saint Pierre / le Planolet	Création d'une piste commerciale reliant les Essarts à la Combe de l'Ours	<p>Piste « bleu » double largeurs pour fluidifier la connexion entre les deux secteurs du domaine</p> <p>Faciliter l'accessibilité, depuis les essarts, de la Combe de l'ours et du Planolet pour les groupes débutants</p>	Rendre accessible le haut du domaine (TS de la Combe de l'ours tout en fermant le TSD 4 pl et/ou de la TC. Fermeture du domaine débutants des Essarts et rendre accessible le domaine du Planolet (gestion d'un TK par l'ESF pour les skieurs débutants aux Essarts)	30-50 K€	X		

Aménagement du front de neige du Planolet pour un renforcement du positionnement débutant	Pistes directement en « front en neige » avec parkings pour les cars et individuelles à proximité immédiate. Pistes moins sujettes au vent du sud et conservant mieux le manteau neigeux. Capacité à produire de la neige de culture et ainsi à sécuriser l'offre.	Possibilité de fermer le domaine débutant des Essarts en période creuse et donc économies de charges d'exploitation.			X		
Création d'un bâtiment d'accueil multiservices (salle hors sac / atelier aux normes / accueil berger / caisse / Poste de secours) secteur du Planolet	Amélioration des services notamment pour les groupes et les scolaires	Diminution des charges d'exploitation par le rapatriement des groupes sur ce secteur				X	
Création de locaux commerciaux (ESF / loueurs / restauration rapide)	Accroître les services	Générer des loyers					
Création d'une piste reliant le creux de la neige au sommet des Fraisses	Développer l'offre de ski de la station en ouvrant des pistes commerciales conservant un bon enneigement (vrai argument commercial)	Pas de charge supplémentaire en matière de RM mais charge de damage				X	
Création d'une piste bleue du sommet des Fraisses au sommet du Seuillet	Idem	Idem					X
Création d'une piste du haut du Seuillet à la Combe de l'Ours	Optimisation de la bascule entre les deux secteurs de la station et	Idem	30 k€		X		

		augmenter l'offre de ski					
	Remplacement des TK du Seuillet et du Gaz par un nouveau téléski partant du front de neige (coté Gaz) et arrivant au sommet de l'actuel Seuillet	Apporter du confort et sécurité notamment aux clientèles familiale et débutant	Diminution des charges d'exploitation par le remplacement de deux TK par un seul plus performant.			X ?	
	Remplacement et rallongement du téléski du Cucheron	Optimiser le fonctionnement du parc débutants, doublement des pistes desservies et diminution de l'attente.	Diminution des charges d'exploitation et facilitation de la répartition spatiale des groupes encadrés.	450 K€		X ?	
	Création d'un retour gravitaire sur la Combe de l'Ours (bascule depuis le sommet du nouveau TK du Cucheron	Retour gravitaire combe de l'ours en cas de problème					X
	Création d'un espace ludique sur le Planolet	Développement d'une nouvelle offre répondant à une attente forte des clientèles de séjour et faisant défaut aujourd'hui.	Argument commercial supplémentaire.			X	
	Installation d'un canon à neige en plus de celui de la Combe de l'ours (eau sur place)	Sécuriser l'offre / clientèles scolaire et groupe (garantie neige attente forte de l'Education Nationale)	Apporte un minima en période peu enneigée	50 k€		X	
	Elargissement du passage étroit du TK de l'écreuil et changement du Pylône concerné	Améliorer le confort des skieurs	Faciliter l'exploitation de l'appareil et le damage	10 K€		X	

	Démantèlement du TK des Fraisses			0 €	X		
Col de Porte	Diagnostic du TSF du Charmant Som Une mission d'expertise sera réalisée courant février pour guider la prise de décision concernant l'avenir de cet aménagement (tsf+piste)				2011		
	Remise en état du TSF du Charmant Som	En attente du rapport					
	Remise en état de la piste liée au TSF	En attente du rapport					
	Création d'une nouvelle piste desservie par le TSF	En attente du rapport					
	Rationalisation des TK du secteur prairie et Chamechaude					X étude de faisabilité pour diminuer les coûts d'exploitation	

Nordique

Col de Porte	Amélioration des pistes existantes (élargissement passage à au moins 6m) et création de nouvelles pistes en direction du Banchet	Garantir un nombre de km minimum et une qualité de ski optimale	Justifier d'un nombre de kilomètres de piste suffisant pour attirer des skieurs prenant leur redevance annuelle sur le site. Augmenter le nombre de jours d'exploitation et diminuer les charges liées à l'enneigement mécanique ou manuel des pistes		X		
	Création d'un stade de biathlon 4 saisons	Développement de l'offre du site	Accueillir de nouvelles clientèles		X		
	Construction d'un bâtiment bois type HLL pour accueillir la logistique liée au fonctionnement du stade de biathlon.	Capacité à organiser des événements sportifs sur le site.	Facilite le fonctionnement du site (stockage de matériel pédagogique,...)			X	
	Réhabilitation du bâtiment appartenant au service des routes du CG 38	Offrir une meilleure qualité de service et d'accueil notamment à l'attention des groupes et des scolaires	Diminution des charges locatives liées à l'actuel bâtiment.			X	sauf avancée avec le CG 38 durant l'année 2011
	Piste 4 saisons	Maintenir une offre liée au ski de fond ou au biathlon même en cas	Diversifier l'activité des professionnels du site et		X		

		d'absence totale de neige	étendre la période d'exploitation aux 4 saisons				
	Installation d'un canon à neige dans la prairie de la Faya afin de sécuriser ponctuellement l'activité économique et sociale du site	Garantir un enneigement suffisant pour sécuriser les groupes et les scolaires	Conforter l'activité économique du site et sécuriser les emplois liés aux pistes et à l'encadrement.	50 k€	X		
Le Sappey en Chartreuse	Poursuivre le travail sur la qualification des pistes et la conservation de la neige (élargissement passage à au moins 6m)	Garantir un nombre de km minimum et une qualité de ski optimale	Augmenter le nombre de jours d'exploitation et diminuer les charges liées à l'enneigement mécanique ou manuel des pistes		X		
	Réflexion autour d'une interconnexion avec l'espace nordique du col de porte						X
	Nouvelle piste d'altitude en réflexion sur le Saint Eynard					X	
Saint Hugues	Poursuivre le travail sur la qualification des pistes et la conservation de la neige (élargissement passage à au moins 6m)	Garantir un nombre de km minimum et une qualité de ski optimale	Augmenter le nombre de jours d'exploitation et diminuer les charges liées à l'enneigement mécanique ou manuel des pistes		X		
	Création d'un border cross			Dépenses déjà effectuées.	X		



la Chartreuse
un Parc naturel régional

Syndicat Mixte du Parc naturel régional de Chartreuse
Place de la mairie
38380 St Pierre de Chartreuse
Tel. 04.76.88.75.20 / Fax. 04.76.88.75.30
Courriel : accueil@parc-chartreuse.net

