



Stratégie de développement touristique 2015-2020

Espace Valléen

Champsaur & Valgaudemar



Réunions publiques
24, 26 novembre et 1^{er} décembre 2015



Contexte de l'écriture de la stratégie (1) :

Cadre :

- Mi-Mai 2015 : L'Etat, l'Europe et la Région demandent aux territoires de s'organiser pour produire une stratégie de développement touristique hiérarchisée et cohérente portant sur un bassin touristique avant le 15 septembre.
- Fin Octobre 2015 : sélection ou refus des stratégies à 5 ans.
- 31 Décembre 2015 : Dépôt du plan d'actions planifiées sur 2X3 ans.

Enjeu :

- Soutien financier aux projets de développement touristique au titre de l'Etat (CIMA*), de l'Europe (POIA**) et des contreparties financières régionales pour les 5 années à venir.

Objectifs des financeurs :

- Réponse au enjeux de diversification touristique par le développement de la découverte des patrimoines naturels et culturels de montagne.
- Augmentation de la fréquentation touristique estivale.
- Préservation de la biodiversité, mobilités, services aux saisonniers et pluriactifs.

* Convention Interrégionale du Massif Alpin

** Programme Opérationnel Interrégional Alpin

Contexte de l'écriture de la stratégie (2) :

Objectifs pour le Champsaur & Valgaudemar :

- Ecrire la ligne directrice de sa stratégie de développement touristique pour les années à venir.
- Etablir la cohérence entre un positionnement touristique, la communication, l'organisation touristique et l'aménagement de sites touristiques.
- Penser le développement touristique à l'échelle de la vallée en complémentarité entre les pôles touristiques (stations/vallée, C&V).
- Proposer un document cadre aux financeurs (LEADER, ALCOTRA, Région...).

Limites :

- Le temps disponible pour l'écriture de la stratégie.
- L'enveloppe financière (financeurs, collectivités, privés).
- Les contraintes administratives de gestion de dossier européen.
- Les dépenses éligibles sont principalement axées sur l'été.

Analyse issue du diagnostic du territoire (1)

Forces

- **Territoire cohérent** : administratif, politique, géographique et touristique.
- **Des richesses** : l'eau, l'agriculture, le patrimoine, un environnement de qualité, les paysages, le PNE, climat...
- **Tourisme**: bi-saisonnalité, diversité des activités, stations, proximité de Marseille et Lyon.
- **Bassin de vie**: des familles qui s'installent sur le territoire, forte dynamique associative.

Faiblesses

- **Organisation** : morcellement des compétences / tourisme, culture (patrimoine), exploitation des remontées mécaniques.
- **Tourisme** : positionnement flou et communication éclatée, acteurs peu fédérés, nombreux lits non marchands et parc de centres de vacances vieillissant.
- **Bassin de vie**: circulations et mobilités internes difficiles, forte dépendance à la voiture individuelle.

Analyse issue du diagnostic du territoire (2)

Opportunités

- **Les enfants, clients de demain** : capitaliser sur l'expérience d'Orcières 1850 « Famille Plus », centres de vacances.
- **Offre** : Une offre d'activités et de découverte à adapter aux attentes de la clientèle « famille » : plus ludique, plus facile, scénarisée.
- **Organisation** : fusion des 3 communautés de communes en 2017/ Loi NOTRe compétence tourisme.
- **Un bassin de vie et un bassin touristique** : développement de services et équipements à double usage (tourisme et habitants).

Menaces

- **Tourisme**: forte concurrence des destinations.
- **Changement climatique** : Vulnérabilité du « produit neige », impact sur la ressource en eau, l'agriculture.
- **Bassin de vie** : fragilisation des services à la population et des emplois.

Les grands principes associés à la stratégie

- Engager un projet touristique global, respectueux des spécificités du territoire, en impliquant progressivement les acteurs économiques et partenaires du Champsaur & Valgaudemar.
- Privilégier une entrée principalement estivale et selon 3 grands principes:

ADAPTATION

L'OFFRE TOURISTIQUE
RÉPONDANT AUX DÉSIRS
ET BESOINS DES
CLIENTÈLES FAMILLES ET
ENFANTS

RÉVERSIBILITÉ

L'UTILISATION ÉTÉ/HIVER
DES ÉQUIPEMENTS, AVEC
OU SANS NEIGE

MIXITÉ

DES ACTIONS ET DES
AMÉNAGEMENTS
DESTINÉS AUX VISITEURS
ET AUX HABITANTS

Les grands principes associés à la stratégie

L'Esprit de la candidature est d'affirmer le positionnement famille-enfants basé sur une approche « **expérientielle** », **sensible** et **ludique** de la découverte du territoire.

Champsaur & Valgaudemar



Enjeux de la stratégie

1. Trouver un nouveau modèle économique pour une activité touristique durable :

- Revisiter l'offre des stations, en s'appuyant sur les richesses patrimoniales alpines.
- Développer des points d'attractivité complémentaires, pour construire le tourisme en montagne de demain.

2. Faire reconnaître le Champsaur & Valgaudemar comme un territoire d'excellence pour l'accueil des familles en séjour ou résidentes.

Axe stratégique 1 : Animer et fédérer un réseau d'acteurs autour de la stratégie

1.1 : Se doter d'une gouvernance et d'une ingénierie de projet

- Mettre en place l'organisation adaptée à la bonne mise en œuvre de la stratégie.
- Répondre aux appels à projets des financeurs pour permettre le financement de nos opérations.
- Observation/évaluation des résultats.

1.2 : Structurer l'offre par l'approche marketing et la démarche qualité

- Définir et mettre en œuvre l'ensemble de la stratégie de communication avec les partenaires (offices de tourisme, socioprofessionnels...).
- Structurer le réseau des OT.
- Mettre en place une démarche qualité « Famille Plus » à l'échelle de la vallée.
- Sensibiliser, former, communiquer, promouvoir, animer, commercialiser...

Axe stratégique 2 : Adapter l'offre touristique aux attentes de la clientèle familiale

2.1 : Favoriser la découverte de sites naturels majeurs et valoriser la biodiversité

- Valoriser et faciliter l'accès à la montagne des familles notamment via les « portes d'entrée du Parc »: Gioberney, Prapic, Champoléon, Molines, Lacs d'Orcières.
- Sélectionner un panel de sites naturels adaptés à la découverte de la montagne par les enfants. Scénariser, aménager, valoriser.

2.2 : Sélectionner puis adapter des sites de pratique d'activités de pleine nature

- Favoriser le développement d'activités de pleine nature pour les enfants (VTT, Escalade, ...).
- Développer les pratiques nordiques pour les enfants.
- Construire et valoriser les itinérances (familiales, équestre...).
- Favoriser l'accès des jeunes à la haute montagne (camps montagne en Valgaudemar, offre refuges).

Axe stratégique 2 : Adapter l'offre touristique aux attentes de la clientèle familiale

2.3 : Développer une offre ludique autour de l'eau

- Créer des espaces ludiques et de services aux familles autour des points d'eau : plan d'eau du Champsaur, base de loisirs d'Orcières, piscine de St Firmin.
- Créer un parcours de luge aquatique à Chaillol.
- Valoriser l'eau sous toutes ses formes : glaciers, cascades, torrents, canaux.

2.4 : Revisiter et valoriser le patrimoine alpin local.

- Valoriser les produits locaux et les savoir-faire.
- Structurer une offre culturelle et de découverte des patrimoines à l'échelle du territoire.
- Aménager des espaces ludiques et de services valorisant la "Route Napoléon".

Axe stratégique 3 : Imaginer et concevoir de nouvelles offres pour tous (habitants et visiteurs) en toutes saisons

3.1 : Utiliser et requalifier les équipements et hébergements existants en vue d'une utilisation à l'année.

- Engager une réflexion sur le produit « Neige » et la place des stations dans l'offre estivale.
- Traiter les friches touristiques.
- Requalifier des équipements touristiques pour une utilisation en toutes saisons.
- Accompagner la requalification du bâti touristique.

3.2 : Améliorer les services aux habitants et visiteurs.

- Accompagner les saisonniers et pluriactifs dans l'accès aux services, l'emploi, l'accès aux outils numériques, les services de santé... : Relais de Services Publics

Axe stratégique 4 : Favoriser le maillage territorial et la circulation entre les espaces (stations/vallées ; Champsaur/Valgaudemar)

4.1 : Développer les déplacements doux

- Créer une « Voie Douce » reliant le Champsaur et le Valgaudemar:
 - Première phase : étude et réalisations des tronçons reliant des points d'intérêts (activités, bourgs centres...).
- Proposer une offre alternative à la voiture individuelle : navettes touristiques, développement du Vélo à Assistance Electrique et autres mobilités douces.

4.2 : Créer du lien entre les sites majeurs en valorisant leurs spécificités

- Mettre en place une signalétique touristique à l'échelle du territoire.
- Organiser la diffusion de l'information touristique pour les visiteurs en situation de mobilité et supprimer l'affichage **sauvage**. Wifi, affichage numérique, appli, accueil hors les murs...

Votre avis?
Pour vous, quelle action prioritaire?



Vos référents techniques

Maison du Tourisme du Champsaur & Valgaudemar (Chef de file)

Nicolas Levoyer

Directeur

nicolas.levoyer@champsaur-valgaudemar.com

Tél. 06 07 08 78 20

&

Aude Carmellino

Chargée de mission

projet.territoire@champsaur-valgaudemar.com

Tél. 04 92 49 08 79

Communauté de Communes du Champsaur

Catherine Jaussaud

Directrice

c.jaussaud@ccduchampsaur.fr

Tél. 04 92 50 78 81

Communauté de Communes du Valgaudemar

Anne Eymard

comcom.valgo@wanadoo.fr

Tél. 04 92 55 49 11

Communauté de Communes du Haut-Champsaur

François Ricou

Directeur

comcomhtchampsaur@wanadoo.fr

Tél. 04 92 55 91 71

Merci pour votre participation

Espace Valléen

Champsaur & Valgaudemar

