



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

