

## Stratégie touristique à horizon 2023



Développer un tourisme de destinations qui contribuera également à l'offre de loisirs et à la qualité de vie des habitants.

### OBJECTIFS

La communauté de communes Le Grésivaudan poursuit 3 objectifs forts :

- > Accroître la contribution économique du tourisme et la création d'emplois qualifiés et pérennes
- > Assurer les transitions des pôles touristiques du territoire par de nouvelles offres durables
- > Contribuer au rayonnement touristique et économique des destinations du territoire

### 4 PRINCIPES FONDATEURS

- 1 INVESTIR POUR IMPULSER** : influencer l'évolution de l'offre touristique par des projets à fort effet de levier
- 2 FÉDÉRER POUR PESER** : créer plus de synergies et d'échanges entre acteurs touristiques
- 3 PROMOUVOIR POUR CONQUÉRIR** : avoir un positionnement de l'offre touristique plus lisible pour générer plus d'attractivité
- 4 ÉVALUER POUR PILOTER** : disposer d'outils fiables pour évaluer et corriger l'action communautaire en matière de développement touristique

### CIBLES

Un panel de cibles a été élaboré, basé sur le comportement de chaque type de clientèle visé :

<b>FAMILLE</b> « Disney » <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Activités familiales</li> <li>&gt; Bien-être des (petits) enfants</li> <li>&gt; Attractions et loisirs</li> </ul>	<b>AMATEUR DE NATURE</b> « Quechua » <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Environnement naturel d'exception</li> <li>&gt; Activités sportives douces</li> </ul>	<b>JEUNES AMATEURS DE SENSATIONS</b> « Redbull » <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Offres branchées</li> <li>&gt; Innovations</li> <li>&gt; Vacances activités</li> <li>&gt; Loisirs « fun »</li> </ul>	<b>TOURISTES D'AFFAIRES</b> « Challenger » <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Infrastructures qualitatives</li> <li>&gt; Offre de bien-être</li> <li>&gt; Environnement</li> </ul>
<b>GROUPES D'ENFANTS</b> « Pomme d'Api » <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Approche ludique et pratique</li> <li>&gt; Découverte</li> <li>&gt; Plus haut niveau de sécurité</li> </ul>	<b>SPORTIFS NATURE</b> « Salomon » <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Sports extérieurs</li> <li>&gt; Effort-plaisir</li> <li>&gt; Immersion nature</li> <li>&gt; Challenges et sensations</li> </ul>	<b>CURISTES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Cures thermales conventionnées</li> <li>&gt; Mini-cures</li> <li>&gt; Education thérapeutique</li> <li>&gt; Sport-santé</li> </ul>	<b>AMATEURS DE CULTURE</b> « Télérama » <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Loisirs culturels et événements</li> <li>&gt; Bien-être</li> <li>&gt; Commerce plaisir</li> <li>&gt; Patrimoine</li> </ul>



## Plan d'actions pour la communauté de communes Le Grésivaudan

### INVESTIR POUR IMPULSER UNE FORTE DYNAMIQUE TOURISTIQUE

- > Accompagner les projets d'investissements touristiques à forte plus-value : stratégie foncière, garantie d'emprunt, fonds d'aide aux projets
- > Assurer l'analyse et la sélection des projets sur la base de critères clairs et exigeants (financiers, juridiques, économiques, environnementaux et de mise en tourisme)

### FÉDÉRER LES ACTEURS DU TOURISME POUR PESER SUR LA DYNAMIQUE DES DESTINATIONS

- > Se doter des compétences d'ingénierie nécessaires au pilotage et à la mise en œuvre opérationnelle du schéma à 5 ans
- > Organiser la gouvernance en interne et avec les territoires partenaires voisins (Belledonne et Chartreuse)
- > Définir et accompagner l'émergence d'une offre de transports touristiques adaptée aux pratiques de loisirs et au tourisme de séjour

### PROMOUVOIR POUR CONQUÉRIR

- > Renforcer le rayonnement des marques et la promotion de l'offre touristique des destinations à travers l'action de l'office de tourisme communautaire

### ÉVALUER POUR PILOTER

- > Construire et piloter les outils de suivi et d'évaluation de l'impact du schéma touristique dans l'économie du territoire



COMMUNAUTÉ DE COMMUNES LE GRÉSIVAUDAN

390, rue Henri Fabre - 38920 Crolles - Tél. 04 76 08 04 57

WWW.LE-GRESIVAUDAN.FR

f / legresivaudan



# TOURISME & LOISIRS

dans le Grésivaudan



STRATÉGIE  
HORIZON  
2023



Le GRÉSIVAUDAN  
communauté de communes



# Constats et méthodologie

Le tourisme constitue un enjeu majeur de développement pour l'économie du territoire et ses multiples destinations.

Le schéma de développement du tourisme et des loisirs du Grésivaudan est le fruit d'une forte collaboration entre élus et professionnels du tourisme du territoire. Ce schéma est issu d'un travail de 18 mois mené en 3 étapes :

- 1** Un diagnostic collaboratif  
Expertises terrain, rencontres, échanges, audit et enquêtes.
- 2** Un travail spécifique  
sur le positionnement de chaque pôle touristique du territoire communautaire.
- 3** La rédaction d'un plan d'actions  
territorialisé et d'une feuille de route pour la communauté de communes.

## LES ATOUTS À VALORISER

- > Des marques touristiques relativement bien identifiées par les clients (Chartreuse, Belledonne, Chamrousse, Les 7 Laux...)
- > Une grande richesse et variété de prestataires de loisirs notamment de pleine nature
- > La Coupe Icare, grand événement porteur d'image
- > Des stations de sports d'hiver qui offrent un parc récent et efficace de remontées mécaniques
- > 2 stations thermales qui évoluent vers l'offre de bien-être
- > Quelques sites patrimoniaux remarquables (Funiculaire de St-Hilaire, Fort Barraux, Château du Touvet...)
- > Un Office de Tourisme communautaire opérationnel
- > Un bon niveau de satisfaction global de la part des clients actuels
- > Une accessibilité des destinations très favorable
- > Des acteurs privés qui approuvent largement la réflexion stratégique

## LES FREINS À GOMMER

- > Une organisation des 9 marques touristiques à construire
- > Peu d'offres adaptées à la création de courts séjours marchands
- > Une baisse de chiffre d'affaire global des remontées mécaniques ces dernières années
- > Une diversification « hors neige » encore insuffisante dans les stations
- > Une activité thermale qui doit confirmer la diversification de son offre
- > Des sites patrimoniaux à valoriser touristiquement
- > Une offre en restauration globalement peu qualitative (label, classement...)
- > Des acteurs touristiques qui agissent de façon isolée
- > Une gouvernance des équipements communautaires à simplifier

# 9 destinations touristiques pour le territoire

Destinations touristiques et leur clientèle cible

**VALLÉE DU GRÉSIVAUDAN**  
Challenger, Télérama, Quechua

Espace de découverte culturelle et de loisirs, complémentaire aux destinations montagne

Engager une valorisation raisonnée des sites patrimoniaux de la vallée et développer les offres et circuits d'itinéraires doux

Positionnement touristique à 5 ans

Feuille de route

**CHARTREUSE / PLATEAU DES PETITES ROCHES**

Disney, Pomme d'Api, Quechua, Salomon

Espace ludique 4 saisons pour la famille

Diversifier et développer des offres de loisirs à l'échelle du plateau, connecter les principaux sites entre eux et conforter les sites majeurs du territoire (funiculaire, vol libre...)

**URIAGE-LES-BAINS**

Curistes, Télérama, Challenger, Disney

Station bien-être / art de vivre haut de gamme péri-urbaine

Accompagner la modernisation de la station en tant qu'espace de bien-être péri-urbain de référence, en assurant une meilleure circulation et le développement de nouvelles offres de loisirs

**CHAMROUSSE**

Quechua, Disney, Salomon, Redbull, Challenger

Station alpine péri-urbaine connectée

Développer le projet global de la station Chamrousse 2030 en associant tous les partenaires concernés

Légende :

- Familles Disney
- Amateurs de nature Quechua
- Jeunes amateurs de sensation Redbull
- Touristes d'affaires Challenger
- Groupe d'enfants Pomme d'Api
- Sportifs nature Salomon
- Curistes
- Amateurs de culture Télérama



**ALLEVARD-LES-BAINS**

Curistes, Salomon, Quechua, Télérama

Pôle touristique de bien-être et de nature

Positionner la station comme porte d'entrée de la chaîne de Belledonne, offrant un pôle de services et d'offres commerciales. Etudier la faisabilité d'une offre bien-être liée à l'eau et le développement d'une filière sport-santé / prévention-santé...

**LE COLLET D'ALLEVARD**

Pomme d'Api, Disney, Salomon, Quechua

Station et espace de loisirs de montagne été/hiver pour jeunes enfants et familles

Concevoir et appliquer un projet de développement durable de la station complémentaire à la dynamique de la chaîne de Belledonne, pour une clientèle familiale

**ESPACE NORDIQUE DU BARIOZ / GRAND PLAN**

Quechua, Salomon, Disney

Site de loisirs nature de proximité

Assurer le développement coordonné des départs nordiques et alpin et l'évolution des services aux visiteurs

**LES 7 LAUX**

Salomon, Redbull, Quechua, Disney

Station sportive et pôle multi-sports de montagne été/hiver

Concevoir et appliquer un projet de développement durable de la station complémentaire à la dynamique de la chaîne de Belledonne, pour une clientèle plutôt jeune et sportive

**CHAÎNE DE BELLEDONNE**

Quechua, Salomon, Disney, Télérama

Destination montagne de pleine nature à l'année

Accompagner et organiser l'émergence d'une offre écotouristique durable autour des activités de pleine nature à l'échelle de la chaîne de Belledonne

