

Quels enjeux pour un schéma de développement touristique ?

Depuis longtemps investi sur certains secteurs, le développement du tourisme sur le territoire de Saint-Marcellin Vercors Isère Communauté est apparu dans le cadre de l'élaboration du projet de territoire, comme un axe majeur. Le schéma de développement touristique devra ainsi être considéré comme :

- **Un outil de développement**, contributeur à l'économie du territoire et facteur de rayonnement et d'attractivité ;
- **Un outil de fédération**, permettant aux différents types d'acteurs (privés ou publics) d'adhérer à un projet partagé et co-construit, qui mobilise l'ensemble du territoire ;
- **Un outil de gouvernance**, en identifiant un cadre organisationnel et institutionnel clair et propice à un développement touristique coordonné et à la responsabilisation des acteurs.

L'objectif du schéma est bien d'éclairer l'ensemble des parties prenantes sur les enjeux touristiques du territoire et de déterminer les orientations à court terme, moyen terme, long terme afin d'exploiter au mieux les potentialités touristiques du territoire, dans une perspective réaliste et raisonnée. Le schéma devra aboutir à une feuille de route précise et détaillée, permettant d'engager concrètement une dynamique sur le territoire en tenant compte de ses spécificités.

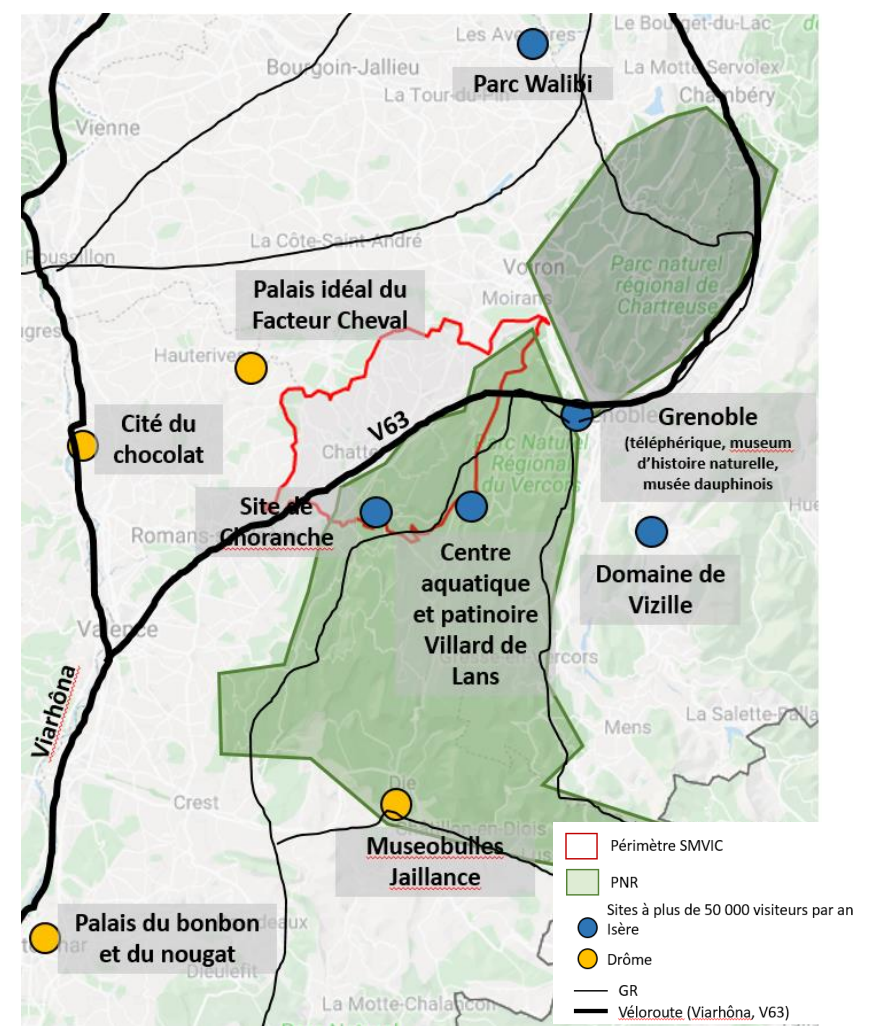
L'environnement touristique de Saint-Marcellin Vercors Isère

Une situation géographique porteuse d'opportunités sur le plan touristique

Sur le plan touristique, le territoire de Saint-Marcellin Vercors Isère Communauté bénéficie d'un positionnement géographique favorable. Du fait de sa bonne accessibilité routière, ferroviaire et aérienne, le territoire est un point de passage privilégié pour les flux touristiques. Cela constitue une opportunité de captation de clientèles importante.

L'enjeu est ici pour le territoire de passer d'un territoire de passage ou d'arrêt à un territoire de séjour.

En outre, la communauté de communes se situe au cœur d'un environnement mature sur le plan touristique, porteur d'opportunités pour impulser une dynamique sur le territoire. L'attractivité du Vercors notamment en saison hivernale est importante. Plusieurs sites sur et à proximité du territoire peuvent avoir un effet d'entraînement significatif avec plus de 50 000 visiteurs par an (voir carte).



S'inscrire dans un cadre institutionnel

La place du tourisme sur le développement du territoire régional comme départemental n'est plus à démontrer et les collectivités locales s'investissent fortement dans ce secteur. A l'échelle locale, les territoires limitrophes à la communauté de communes de Saint-Marcellin Vercors Isère ont eux aussi misé sur la structuration de leur offre touristique.

Dans son premier schéma de développement touristique, Saint-Marcellin Vercors Isère devra s'attacher à prendre en compte cet environnement immédiat, afin de construire une stratégie touristique en continuité et en complémentarité / différenciation.

Les stratégies touristiques supra-territoriales sont également en évolution, pour se structurer autour de valeurs durables, pour un tourisme responsable, intégré dans les territoires et créateur de valeur économique mais aussi sociale. Dans ces perspectives, Auvergne Rhône-Alpes Tourisme, Isère tourisme et l'Agence Touristique de la Drôme développent des outils à destination des territoires ruraux, porteurs de ces valeurs environnementales et sociétales. Les investissements restent encore principalement fléchés vers les espaces les plus avancés sur le plan touristique (par exemple les stations), mais les valeurs portées par les acteurs du territoire de Saint-Marcellin Vercors Isère Communauté sont cohérentes avec ces axes stratégiques et la structuration d'une ambition touristique devra faciliter le soutien des acteurs institutionnels.

Il s'agira ainsi pour le territoire d'être identifié par les institutionnels et partenaires comme interlocuteur touristique, afin de bénéficier de leur appui et soutien et d'identifier les leviers portés par les partenaires touristiques et institutionnels dans lesquels le territoire pourrait s'intégrer.

Inspiration Vercors

Le massif du Vercors est porteur d'une renommée qui s'appuie sur l'importance de son patrimoine naturel, bâti et historique, sur laquelle plusieurs territoires se sont investis pour développer leur offre touristique. Par son rayonnement, le massif a le potentiel d'agir comme une véritable locomotive touristique pour toute la région.

A travers Inspiration Vercors, démarche coopérative dans laquelle Saint-Marcellin Vercors Isère Communauté est fortement investi, le territoire alimente la stratégie touristique globale, et bénéficie de l'élan touristique incarné par le massif.

SYNTHESE DU DIAGNOSTIC

L'offre touristique

Un panel d'offres touristiques qui constitue autant de points d'entrée sur le territoire

L'offre touristique du territoire de Saint-Marcellin Vercors Isère Communauté est caractérisée par sa diversité et sa capacité à attirer une clientèle touristique pour des raisons multiples. L'offre touristique sur le territoire est fortement rattachée aux caractéristiques d'un tourisme rural et se fonde sur les atouts structurels du territoire pour constituer une offre.

En outre, chaque filière touristique présente des offres reconnues de qualité, à fort potentiel de rayonnement. Elles sont facteurs de notoriété pour le territoire et vecteurs d'entraînement.

- **Une offre culturelle et patrimoniale rattachée aux marqueurs du territoire**, s'articulant autour de son patrimoine bâti, naturel et gastronomique. L'offre patrimoniale constitue une offre différenciante pour le territoire en ceci qu'elle est peu présente sur les territoires limitrophes
- **Des sites touristiques d'envergure**, avec des niveaux de fréquentation remarquables, dont certains parmi les plus visités de l'Isère et qui peuvent servir de produit d'appel au territoire de Saint-Marcellin Vercors Isère Communauté
- **Un patrimoine naturel porteur de tourisme**, avec des espaces naturels préservés reconnus qui constituent une offre touristique en elle-même, les espaces naturellement présents permettant des pratiques d'observation, de contemplation de la nature, de bien être et de ressourcement
- **Des activités de pleine nature**, présentes sur le territoire (golf, VTT, randonnée, ski, spéléologie, activités nautiques, escalade...) et ouvertes à tous niveaux de pratique
- **Une filière ski peu structurante au regard de l'activité du département** mais qui existe sur le territoire par le biais de la station familiale des Coulmes qui peut constituer une offre complémentaire et de proximité
- **Une offre d'itinérance sur tout le territoire à fort potentiel de rayonnement et de développement**, avec des tronçons prestigieux de randonnée, les routes touristiques emblématiques du territoire et l'offre cyclotouriste qui s'enrichit de la V63
- **Un savoir-faire gastronomique à forte renommée**, avec une part importante des produits emblématiques isérois issus du territoire de Saint-Marcellin Vercors Isère
- **Des événements, centrés sur le territoire et ses marqueurs**, qui participent de sa valorisation et qui sont un potentiel levier de développement touristique

Saint-Antoine l'Abbaye est le seul village labellisé « Plus beaux villages de France » dans un rayon de 100 km.

Les grottes de Choranche, 5^e site visité de l'Isère

En 2018, la V63 a comptabilisé 148 100 passages vélos et la ViaRhôna 316 700 passages vélos.

Les falaises de Presle, site d'excellence pour l'escalade, bénéficient d'une renommée internationale

IGP Saint-Marcellin, AOP noix de Grenoble, raviolis de Royans, AOP Bleu du Vercors

Une diversité de maturité sur le plan touristique

Si chaque filière est présente au sein du territoire de Saint-Marcellin Vercors Isère Communauté, elles sont inégalement réparties sur le territoire et présentent des niveaux de maturité touristiques hétérogènes.

Le sud du territoire est ainsi davantage maillé en offres touristiques, notamment à proximité du massif du Vercors. Cette partie concentre les offres des plus structurantes au niveau touristique, notamment des offres patrimoniales et culturelles (Saint-Antoine de l'Abbaye, Pont-en-Royans, musée de l'Eau), du patrimoine naturel et des activités de pleine nature (PNR du Vercors, falaises de Presles), des sites touristiques les plus structurants ou à plus fort rayonnement (Grottes de Choranche, Jardin des fontaines pétrifiantes, routes touristiques, sentiers de randonnée).

En outre, plusieurs offres souffrent d'un déficit de structuration entravant leur développement à leur juste potentiel. Ces déficits de structuration se manifestent principalement sur trois aspects :

- **Valorisation et communication** : plusieurs sites ou événements souffrent d'un déficit de notoriété et ont donc des fréquentations en deçà de leurs potentiels touristiques (sites patrimoniaux de Saint Antoine l'Abbaye, Véloroute 63, manifestations etc.)
- **Accessibilité et signalétique** : au-delà de l'axe central constitué par l'Isère, l'accessibilité aux espaces touristiques est plus difficile, notamment pour des clientèles non véhiculées (telles que des clientèles itinérantes).
- **Activités et services connexes** : malgré de nombreuses initiatives, un travail sur l'accueil des clientèles touristiques et l'élaboration d'une offre touristique aboutie est encore à réaliser, afin d'offrir aux clientèles les services connexes qui permettent de dire que le territoire a une proposition touristique de qualité et adaptée à ses clientèles (offre d'hébergement et de restauration, accueil des visiteurs, accessibilité des sites touristiques)

Au regard de ces différents niveaux de maturité, il s'agira d'opérer des actions différenciées selon les espaces et leur potentiel touristique, tout en pensant un projet global pour le territoire et une ambition touristique partagée. L'objectif sera d'offrir aux clientèles un socle cohérent d'offre et de s'appuyer sur les territoires et sites matures au niveau touristique pour avoir un effet d'entraînement, tout en les renforçant pour qu'ils puissent conserver leur capacité de rayonnement et d'attractivité.

L'offre touristique

Une offre d'hébergements à questionner

Identifiée comme faiblesse sur le territoire par de nombreux acteurs touristiques, l'offre d'hébergement se caractérise par une forte présence des meublés de tourisme et des chambres d'hôtes (ces dernières sont très présentes aux alentours de Saint-Antoine l'Abbaye) : ils représentent 80% des établissements mais seulement 34% des capacités d'hébergement. L'offre d'hébergement de plein-air est quant à elle sous-représentée, comparativement à d'autres territoires ruraux présentant les mêmes caractéristiques que Saint-Marcellin Vercors Isère Communauté. C'est logiquement au sud du territoire, qui présente une plus forte densité en offre touristique, que les capacités d'hébergement sont les plus importantes.

Le niveau de la qualité des prestations proposées est repéré comme une difficulté par les acteurs en présence avec 1/ peu de labels qui permettent aux clientèles de se repérer au sein de l'offre en présence (d'autant plus préjudiciable que l'offre est principalement diffuse et de petite capacité) et 2/ peu d'offres de gamme supérieure / haut de gamme (tels que du 4 ou 5 étoiles).

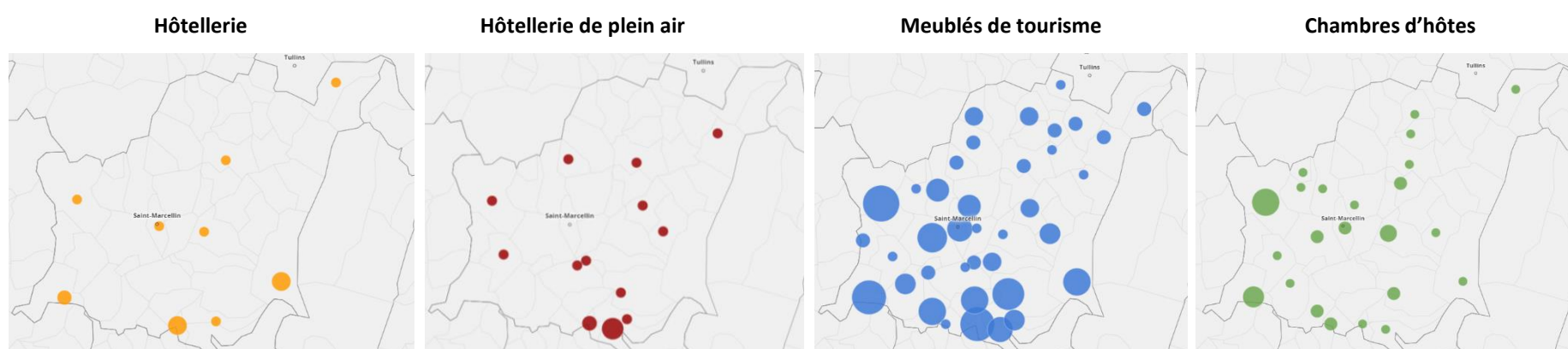
La qualité de l'offre qui s'entend bien au-delà du standard des hébergements mais plus globalement en termes de professionnalisation, de qualité de l'accueil etc, est essentielle pour le développement de l'activité touristique d'un territoire, d'autant plus que les attentes des clientèles du tourisme rural ont des niveaux plus élevés. La structure actuelle de l'offre, petites structures diffuses, nécessite ainsi un réel travail de relais pour être rendue visible auprès des clientèles qui arrivent sur le territoire ou qui préparent leurs séjours, notamment face aux offres de territoires limitrophes plus structurés.

Pourtant, ce constat de faiblesse en capacité d'hébergement touristique, réaffirmé au fil des années, se doit aujourd'hui d'être nuancé. Si, en comparaison des territoires limitrophes, les capacités d'hébergement du territoire de Saint-Marcellin Vercors Isère Communauté apparaissent légèrement en dessous des autres territoires à dominante rurale, elles ont néanmoins augmenté ces dernières années, notamment en raison du développement des chambres d'hôte. La tendance est à l'amélioration, d'autant plus que l'offre tend à se structurer, en raison du travail porté par l'office du tourisme intercommunal.

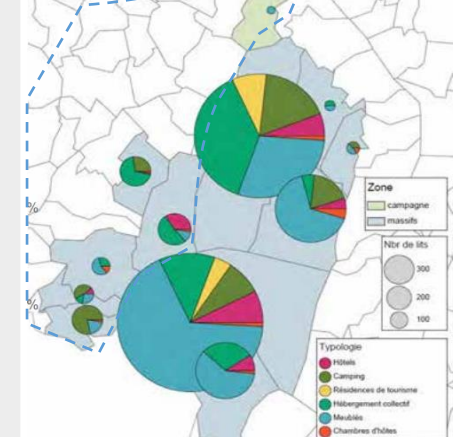
Dès lors, un levier de développement facilement identifié consiste à renforcer l'offre actuelle d'hébergements, pour s'adapter aux différents niveaux de potentialité de développement touristique du territoire. L'enjeu est ici d'inciter les touristes à réaliser leurs séjours sur le territoire et de les inciter à transformer une excursion en séjour.

Dans cette perspective, les efforts devront porter en priorité sur une qualification des prestations et sur son adéquation à la demande : une dynamique de professionnalisation, de montée en compétence et de mise en réseau apparaît aujourd'hui comme nécessaire pour valoriser les possibilités d'hébergement sur le territoire. Elle est attendue des clientèles touristiques, en attente d'informations et de coordination à l'échelle d'un territoire, mais également des hébergeurs qui manifestent des besoins de visibilité et de communication pour le développement de leurs activités.

Répartition des établissements d'hébergement sur le territoire de Saint-Marcellin Vercors Isère Communauté



Répartition de l'offre marchande en Vercors



La demande touristique

Une clientèle française, régionale, de court séjour

La clientèle française est principalement locale :

- La moitié des séjours (au moins une nuitée) sont réalisés par une clientèle provenant de la région Auvergne Rhône-Alpes, et principalement des départements de la Drôme et du Rhône, qui représentent à elles 20% des nuitées*
- Les trois quarts des excursions (sans nuitée) sont réalisées par des clientèles régionales, dont à 40% par des clientèles de la Drôme*

Les clientèles étrangères sont peu présentes sur le territoire mais peuvent générer ponctuellement pour certains acteurs des volumes importants d'activité (jusqu'à 50% de l'activité de certains hébergeurs). Elles sont d'origine européenne, avec une prédominance de clientèles belges et hollandaises.

Une saisonnalité marquée en été

Sans surprise, les données de fréquentation mettent en évidence des flux touristiques marqués sur les mois de juillet et août. Néanmoins, les flux touristiques sont concentrés sur 5 mois de l'année, soit une période relativement longue. Cela s'explique par la capacité du territoire à attirer des flux sur l'ensemble de saisons, en raison d'un panel diversifié et complémentaire d'offres touristiques.

*chiffres comptés hors Isère

SYNTHESE DU DIAGNOSTIC

La demande touristique

Concrètement, les profils de clientèles sont en majorité :

- Une clientèle de passage, grâce à la position géographique du territoire dans le cas de flux touristiques entre Nord-Sud, sur un segment de court séjour, en période estivale. Ce type de public est souvent déjà fidélisé
- Une clientèle sportive et familiale, attachée à la déconnexion, au calme, à la ruralité
- Une clientèle sportive mais individuelle, à la recherche de la performance sportive (sur le massif du Vercors notamment)
- Une clientèle senior de proximité, en visite de l'offre culturelle et patrimoniale
- Une clientèle itinérante en développement grâce aux nouvelles offres sur cette filière (camping-car, cyclisme, randonnée)

Ces clientèles sont globalement agréablement surprises par la richesse de l'offre du territoire mais sont souvent confrontées aux fragilités de l'offre touristique. Souvent non averties en amont du panel d'offres et d'activités, elles se disent agréablement surprises par les richesses du territoire, mais peuvent passer à côté de certaines offres structurantes en raison des manques de structuration de l'offre (communication, accessibilité, signalétique). Elles sont néanmoins moins enclines à accepter les déficits dans l'accessibilité, le manque de signalétique, la fermeture d'hébergements, commerces ou établissements de restauration, le manque de dynamisme des sites touristiques etc.

Que pensent les clientèles touristiques du territoire ?

Motivations des clientèles	Commentaires positifs	Commentaires négatifs
<ul style="list-style-type: none"> ▪ La découverte de la région et notamment du Vercors ▪ Nombreux sites touristiques à visiter ▪ Les villages phares tels que Saint-Antoine-l'Abbaye et Pont-en-Royans qui constituent une réelle attraction ▪ Les grands événements ▪ Le côté nature avec notamment les nombreuses possibilités de randonnées ▪ Des déplacements professionnels ▪ Une halte sur la route 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Belle région à découvrir, de belles routes pittoresques, beau territoire dynamique ▪ Gens vrais, accueillant, proches de la nature, préoccupés par l'écologie ▪ Nature préservée, authenticité, beauté des paysages ▪ La beauté de la région et la diversité des reliefs ▪ La diversité et la qualité de l'offre : choix d'activités importants, beaucoup de possibilité de visites et randonnées ▪ Richesses patrimoniales ▪ Vinay est un centre-ville dynamique où l'on trouve un peu de tout ▪ Pas de sur-fréquentation 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Les difficultés de restauration, notamment en période estivale et le dimanche soir ▪ Le problème pour acheter du saint Marcellin en vente directe (mais aussi pas de visite de ferme ou autres structures en lien avec le st Marcellin) ▪ Les travaux sur St-Antoine l'Abbaye, événementiel trop cher et pas assez de mise en valeur du patrimoine ▪ Pas assez d'animation, pas beaucoup de monde dans les rues « <i>village de Saint Antoine, c'est mort !</i> » ▪ Restaurants tous fermés le dimanche soir ▪ Problème avec les accès aux randonnées

* extraits de l'enquête de conjoncture conduite par l'OT de mai à août 2019

L'opportunité d'une clientèle régionale aisée, volumineuse et adepte des séjours de proximité et de l'excursionisme. En outre, les tendances actuelles du tourisme sont en accord avec le positionnement de l'offre touristique du territoire, à savoir le développement de filières telles que l'itinérance ou bien des séjours à la campagne. Il convient cependant de noter que les clientèles actuelles sont également plus autonomes, plus exigeantes et davantage en capacité d'être prescripteur d'un territoire. Cette exigence vis-à-vis de la qualité de l'offre sera à prendre en compte pour le renforcement de l'offre touristique de Saint-Marcellin Vercors Isère Communauté.

Les préconisations pour le schéma de développement touristique de Saint-Marcellin Vercors Isère Communauté

Un positionnement partagé sur le territoire

Un tourisme fondé sur une culture partagée sur l'ensemble du territoire de Saint-Marcellin Vercors Isère Communauté, centré sur les valeurs, le terroir, l'authenticité, l'accueil, la rencontre, le respect des espaces et des personnes, décliné dans différentes filières touristiques à travers une offre diversifiée et de qualité.

L'identification de filières matures et/ou à forts potentiels

Itinérance, nature, patrimoine et gastronomie

Conforter les clientèles actuelles qui sont en accord avec les valeurs du territoire

Allongement de la durée de séjour et lissage de la saisonnalité pour un tourisme 4 saisons

Une offre touristique aboutie

Qualité, professionnalisme, mise en réseau et coordination des acteurs et du rôle de chacun

Un tourisme pour le territoire

Connaissance des enjeux du tourisme sur le territoire et de ses acteurs