

ANNEXE 2 LE DIAGNOSTIC

Dans le cadre de la définition de son schéma du tourisme et de la montagne, le Département a souhaité établir un diagnostic permettant d'élaborer une stratégie éclairée et de faire du schéma un véritable outil stratégique de pilotage et de mise en œuvre opérationnelle de sa politique tourisme et montagne.

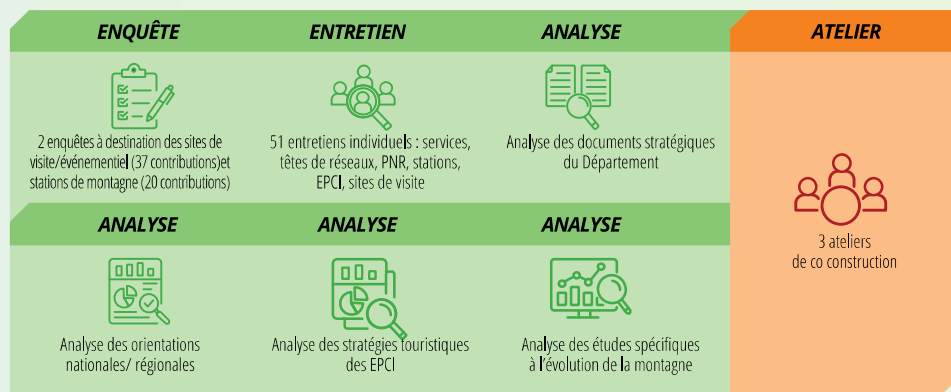
Ce diagnostic a été produit au regard de :

- Une large concertation pour comprendre les enjeux et les attentes des acteurs majeurs du Département.
- Une analyse territoriale faisant ressortir les spécificités de l'Isère.
- Une analyse touristique pour comprendre l'offre et les attentes du touriste isérois.

1. UNE CONCERTATION ESSENTIELLE

L'élaboration du schéma du tourisme et de la montagne s'est construite à partir d'un état des lieux concerté, visant à définir une stratégie partagée par

l'ensemble des acteurs. Il s'appuie sur les éléments suivants :



2. LES SPECIFICITES TERRITORIALES

Le territoire de l'Isère est composé d'une grande diversité géographique. C'est le département le plus vaste de la région Auvergne-Rhône-Alpes, rassemblant 512 communes dans 18 EPCI, dont la métropole grenobloise.

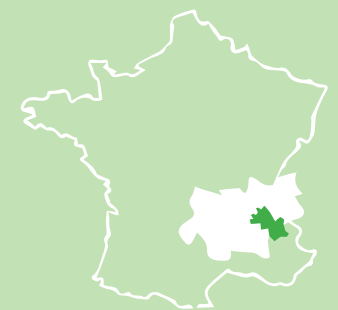
Un maillage territorial contrasté qui se décompose entre deux espaces :

- **Espaces de plaine** comprenant des territoires urbains et industriels à la frontière de l'aire urbaine de Lyon ainsi que de vastes étendues rurales ;
- **Espaces de moyenne et haute montagne** dont l'économie est majoritairement axée sur le tourisme, les alpages et l'agriculture.

UNE DIVERSITÉ DE TERRITOIRES ET DE PAYSAGES PERMETTANT DE PROPOSER UNE OFFRE TOURISTIQUE VARIÉE ET DESTINÉE À DE MULTIPLES PUBLICS.

ENQUÊTE (Données été 2023 de juin à septembre)

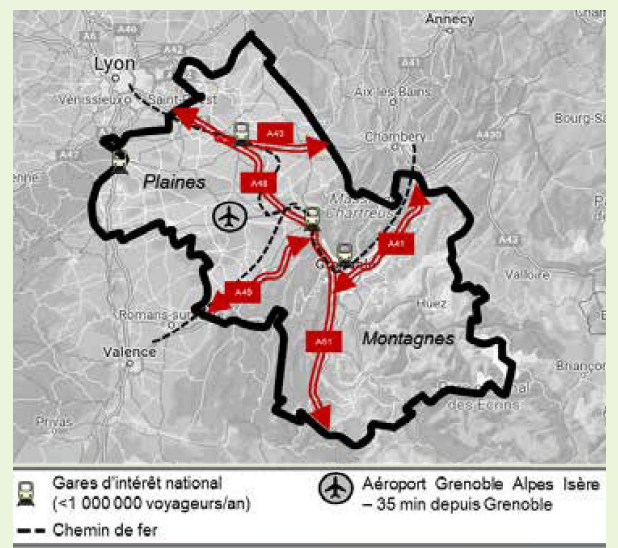
- Le territoire :**
- Superficie :** 7 431 km² soit 11 % de la région Auvergne-Rhône-Alpes
- 1,28 million** d'habitants soit 16 % de la région Auvergne-Rhône-Alpes
- Préfecture :** Grenoble
- Sous-préfectures :** La Tour-du-Pin et Vienne
- 512 communes** dont 141 en territoire de montagne



ACCESSIBILITE

Les réseaux de transports se déploient vers et depuis l'épicentre grenoblois.

- **Accessibilité routière :** le département est traversé par cinq axes autoroutiers qui convergent largement en direction de Grenoble et qui proviennent notamment des pôles urbains voisins (Lyon, Valence, Chambéry).
- **Accessibilité ferroviaire :** quatre gares d'intérêt national : Grenoble, Vienne, Voiron et Bourgoin-Jallieu, 40 gares de TER et 1 gare TGV à Grenoble qui relie le département à la capitale en 3h.
- Un réseau de cars Transalitude qui permet de relier la gare de Grenoble à 14 stations du territoire.
- Un aéroport international dont le trafic est fortement concentré sur la saison hivernale (80 % de son activité), pour un public international (99 % des arrivées) qui pratique les sports d'hiver.



UNE ACCESSIBILITÉ CONTRAINTÉ AUX MASSIFS ALPINS ET UNE FORTE DÉPENDANCE À LA VOITURE. TRAVAILLER À DES SOLUTIONS DE MOBILITÉS DÉCARBONÉES.

ANNEXE 2

LE DIAGNOSTIC

DYNAMIQUE DEMOGRAPHIQUE

UNE DYNAMIQUE DÉMOGRAPHIQUE POSITIVE PORTÉE PAR LA PROXIMITÉ DES AGGLOMÉRATIONS GRENOBLOISE ET LYONNAISE.

Fort de ses 1.280.000 habitants, le département est un territoire largement rural, avec toutefois une forte polarité autour de Grenoble-Alpes Métropole (450 000 habitants).

Le département bénéficie du rayonnement des villes alentours : Chambéry, Lyon, Saint-Etienne et Valence. La dynamique démographique est croissante (+0,7 % entre 2008 et 2019) :

- La proximité avec la métropole lyonnaise profite au nord du département, qui connaît un essor démographique et un étalement urbain.
- Grenoble dont le rayonnement scientifique et universitaire attire de nombreux étudiants, ainsi qu'une population d'actifs jeunes et diplômés.

UN PATRIMOINE NATUREL RICHE

Un écrin de montagnes

Le département est surplombé par des territoires de montagne : Belledonne, la Chartreuse, la Matheysine, l'Oisans, le Trièves et le Vercors qui disposent de paysages variés et d'identités locales spécifiques.

La filière montagne constitue l'un des piliers socles de l'attractivité départementale.

UN ENJEU DE SENSIBILISATION AUPRÈS DES HABITANTS ET VISITEURS À LA PRÉSERVATION DU PATRIMOINE NATUREL ET DE LA BIODIVERSITÉ.

PRENDRE EN COMPTE LES DIFFÉRENTES IDENTITÉS DES TERRITOIRES, TRÈS FORTES EN PARTICULIER DANS LES MASSIFS.

Un espace préservé

- **1** parc naturel national - les Ecrins.
- **2** parcs naturels régionaux - le Vercors et la Chartreuse - jouent un rôle majeur dans la préservation de la biodiversité.
- **19** Espaces naturels sensibles (ENS) départementaux.
- **127** locaux en plaine et en montagne, sont de réels conservatoires de la diversité naturelle locale.

DES ACTIVITES OUTDOOR PREPONDERANTES

- Un environnement naturel riche propice à un large éventail d'activités : 300 activités plein air, 9 000 km de sentiers inscrits au plan départemental des itinéraires de promenade et de randonnée, 415 km de véloroute/voie verte, 44 sites d'escalade labellisés.
- Une offre « sports d'hiver » conséquente : 21 stations et 1 029 km de pistes qui favorisent le ski alpin, la randonnée, le ski nordique ou la raquette.

LES ESPACES NATURELS POINTS D'APPUI D'ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE ET D'ITINÉRANCE À DESTINATION DE TOUT PUBLIC.

DES ATOUTS CULTURELS ET EVENEMENTIELS STRUCTURANTS

Une richesse patrimoniale

- Héritière d'un riche patrimoine, l'Isère compte plus de 500 sites reliés au patrimoine culturel : châteaux, sites archéologiques, patrimoine industriel ou religieux.
- Une offre muséale importante : 70 musées, dont 11 musées départementaux gratuits favorisant l'accès pour tous à la culture.
- La sauvegarde du Petit train de La Mure, élément structurant d'un territoire rural.

Une programmation culturelle, sportive et des animations nombreuses

- Le territoire compte 30 théâtres et 35 salles de spectacle.

- Chaque année plus de 100 manifestations d'envergure nationale/internationale sont organisées en Isère (coupe Icare, Jazz à Vienne, Festival Berlioz, Festival les Belles Journées, Tomorrowland Winter, Festival du rire de l'Alpe d'Huez...).

UN PATRIMOINE CULTUREL RICHE, PARFOIS MÉCONNU ET DES ÉVÉNEMENTS EMBLÉMATIQUES, AU RAYONNEMENT NATIONAL ET INTERNATIONAL QUI SONT DE VÉRITABLES ATOUTS D'ATTRACTIVITÉ.

ANNEXE 2 LE DIAGNOSTIC

3. LE TOURISME EN ISERE

LE TOURISME : AFFAIRE DE TOUS

L'article 104 de la loi NOTRe dispose que le tourisme est une compétence partagée « entre les communes, les départements, les régions et les collectivités à statut particulier » qui nécessite d'être appréhendée en coopération avec les partenaires institutionnels pour des orientations partagées et un effet levier sur les projets structurants de territoire.

Le schéma doit s'inscrire en complémentarité et en cohérence avec les orientations nationales et régionales et prendre en compte les stratégies des EPCI.

Orientations nationales et régionales en vigueur :

- La stratégie interrégionale d'aménagement du Massif des Alpes.
- La convention interrégionale du Massif des Alpes.
- Les rapports nationaux liés à la montagne qui soulignent la nécessaire coordination des acteurs pour un meilleur accompagnement.
- Les enseignements des états généraux de la transition du tourisme de montagne.
- Le plan tourisme régional 22/28 et le plan montagne 2 de la Région AURA.

Il est à souligner que le Département est membre de nombreuses instances dédiées à la montagne (Conseil national de la montagne, Comité de massif) au sein desquelles l'ensemble des acteurs des territoires, institutionnels, socio-professionnels, associatifs sont représentés.

L'analyse des **stratégies touristiques** des EPCI a fait ressortir 3 orientations de travail spécifiques :

En plaine :

- Le développement et la structuration d'offres autour de la nature et de l'itinérance
- L'animation des zones rurales.
- La nécessité de travailler en partenariat avec les territoires voisins pour proposer des offres cohérentes.

En montagne :

- Le tourisme responsable : diversification des offres, lisser les pics de fréquentation
- Le développement de pôle d'excellence en sport de montagne.
- Le renouvellement de l'offre d'hébergement.

LE TOURISME : UNE POLITIQUE PUBLIQUE MULTI PARTENARIALE ET CONCERTÉE.

UNE NÉCESSAIRE COORDINATION AVEC LES ACTEURS INSTITUTIONNELS POUR ACCOMPAGNER DES PROJETS DE TRANSITION TOURISTIQUE.

CRÉER LES CONDITIONS D'UN ENGAGEMENT ET D'UNE ADHÉSION.



DE NOUVELLES ATTENTES DES TOURISTES

ASPIRATIONS	MOTIVATIONS
 Nature	<ul style="list-style-type: none"> • Être en contact avec la nature • Respect de l'environnement • Besoin d'expériences plus authentiques • Attrait pour les hébergements insolites immersifs • Se déplacer lentement (à pied, à vélo)
 Convivialité et partage	<ul style="list-style-type: none"> • S'imprégner du mode de vie local • Rencontre avec les locaux • Attrait pour les hébergements plus intimistes et authentiques • Activités en famille (activités de plein air, jeux)
 Dépaysement et déconnexion	<ul style="list-style-type: none"> • Rupture avec le quotidien • Prendre l'air, se ressourcer • S'éloigner du tourisme de masse • Voyager sur les ailes de saison • Éviter les grands complexes hôteliers
 Découverte et enrichissement	<ul style="list-style-type: none"> • Enrichissement culturel • Découverte des richesses du territoire • Découvrir les cultures, participer aux coutumes, activités d'apprentissage • Consommer local



Slowtourisme
Séjours axés sur la découverte, la relaxation, la réflexion



UNE IMAGE FORTEMENT ASSOCIÉE À LA NATURE QUI RÉPOND AUX ASPIRATIONS DES TOURISTES QUI SE TOURNENT DÉSORMAIS VERS DES ACTIVITÉS PLUS RESPECTUEUSES DE L'ENVIRONNEMENT.

ANNEXE 2 LE DIAGNOSTIC

LE POIDS ECONOMIQUE DU TOURISME

Le tourisme est primordial sur le territoire de l'Isère puisqu'il répond à 3 fonctions :

Economique :

- 1,4 milliard d'euros de consommation touristique (produit des nuitées et de la dépense moyenne par jour et par personne).
- La filière montagne constitue l'un des piliers sode de l'attractivité touristique départementale, et représente près de 60 % du chiffre d'affaires annuel des entreprises touristiques iséroises dans les secteurs de l'hébergement et des activités de loisirs.

Employabilité :

• 7 % de l'emploi départemental avec 29 300 emplois directs.

En montagne, l'activité « ski » permet de nombreuses retombées directes ou indirectes et représente ainsi 82 % du chiffre d'affaires du tourisme. Les quatre mois d'hiver génèrent l'essentiel des ressources pour l'année entière. L'emploi en montagne se caractérise donc par la saisonnalité et la pluriactivité.

LE TOURISME UN ENJEU DE RICHESSE, D'AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE ET D'EMPLOI.

EN MOYENNE MONTAGNE UN ENJEU DE PRÉSERVATION DE L'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE ET DE VITALITÉ DU TERRITOIRE.

UN ENJEU DE PRÉSERVATION DU CADRE DE VIE DES HABITANTS (CONFLITS D'USAGE ET PICS DE FRÉQUENTATION).

Aménagement du territoire et amélioration du cadre de vie des habitants :

- 204 M€ d'investissement pour l'aménagement du territoire.

L'OFFRE TOURISTIQUE ET LES FILIERES



ANNEXE 2 LE DIAGNOSTIC

L'OFFRE TOURISTIQUE ET LES FILIÈRES

Une activité touristique majoritairement en lien avec la montagne composée de filières sodes attractives.



Une offre sport d'hiver qui doit se réinventer en montagne à l'aune des évolutions climatiques. Des espaces naturels points d'appui des activités de pleine nature et d'itinérance.

Une offre variée qui répond à différentes cibles (publics touristiques en séjour et excursionnistes, résidents et familiaux...), des activités sportives/sensationnelles (escalade, parapente, trail, via ferrata, spéléologie etc.), un réseau de bases de loisirs...

Un renouvellement des offres à poursuivre ainsi que des offres différenciantes à appuyer (escape game outdoor, vélorail, etc.).

Des ressources culturelles (patrimoine matériel et immatériel) qui viennent compléter l'offre touristique.

Le département dispose de quelques sites emblématiques et de nombreuses pépites. Les musées du Département sont l'une des « locomotives » de l'attractivité patrimoniale du territoire.

Existence d'un petit patrimoine à une échelle locale à faire redécouvrir aux visiteurs et habitants (balades estivales, création de guides du petit patrimoine).

La marque « nos produits IS HERE » met en avant les produits et les savoir-faire du territoire isérois et garantit la juste rémunération des agriculteurs. Des pro-

duits identitaires (noix de Grenoble, Saint-Marcellin, Bleu du Vercors-Sassenage, ravioles du Dauphiné...). La création de recettes de l'Isère constitue un engagement pour la promotion de la gastronomie iséroise.

Une offre d'accueil sur tout le territoire permettant de recevoir des congrès, salons et séminaires générateurs d'un tourisme d'affaires.

Deux stations thermales emblématiques qui s'inscrivent en lien avec les nouvelles attentes des clients.

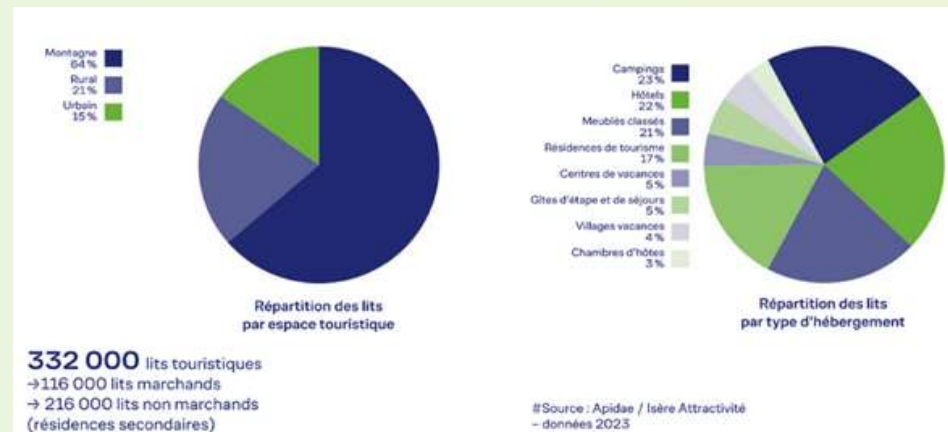
Une offre d'activités de loisirs variée sur l'ensemble du territoire avec des pôles de concentration aux abords de Grenoble ou au Nord du territoire (parcs à thème, base de loisirs...) qui vient soutenir et appuyer l'offre en proposant nombre d'activités à destination de la population locale et des excursionnistes de proximité.

→ RÉÉQUILIBRER LA NOTORIÉTÉ ENTRE LES FILIÈRES ET LES SITES TOURISTIQUES PERMETTANT L'ÉTALEMENT DES FLUX.

→ CRÉATION DE PARCOURS TOURISTIQUES INTER FILIÈRES.

L'HÉBERGEMENT TOURISTIQUE

L'offre d'hébergement touristique est un enjeu tant sur les territoires de plaine que de montagne.



Une part importante d'hébergements non-marchands.

Une offre marchande qui doit se renouveler :

- Un nombre important de lits froids lié à la fin des programmes de gestion des résidences.
- Des hébergements à remettre aux normes.

Un parc d'hébergement plutôt milieu de gamme dont les performances sont mitigées entre typologie d'hébergements :

- Une majorité d'établissements milieu de gamme sur l'ensemble du territoire.
- Un taux d'occupation qui reflète la forte saisonnalité de l'activité.

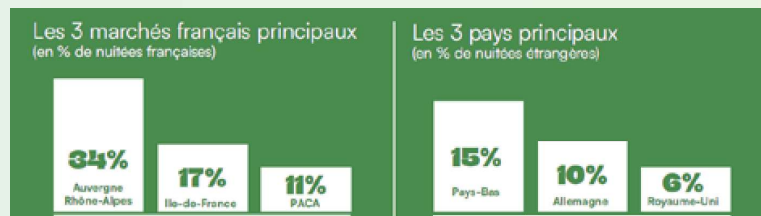
→ UN ENJEU DE QUALIFICATION DE L'OFFRE ET DE RÉNOVATION DE NOMBREUX HÉBERGEMENTS EN RÉPONSE AUX ATTENTES DES CLIENTÈLES.

ANNEXE 2 LE DIAGNOSTIC

LES CLIENTELES TOURISTIQUES

L'Isère est le 3^{ème} département le plus fréquenté à l'échelle régionale.

Provenance de la clientèle : région AuRA (34 %), autres régions : Ile-de-France (17 %) et PACA (11 %).



Des clientèles étrangères européennes de proximité (20 %) :

- En provenance des Pays-Bas, d'Allemagne et de Belgique qui viennent au printemps et l'été pour le cadre naturel et les hébergements de plein air.
- En provenance du Royaume-Uni qui viennent principalement pour pratiquer des sports d'hiver.

CLIENTELE DE PROXIMITE FRANÇAISE

L'Isère dispose aussi de 3 bassins de vie importants :

- Grenoble-Alpes Métropole, territoire métropolitain de 433 000 habitants, soit 36 % de la population départementale.
- Vienne avec près de 95 000 habitants.
- Bourgoin-Jallieu avec plus de 56 000 habitants.

Du fait de sa proximité avec l'agglomération lyonnaise, l'Isère bénéficie d'une zone de chalandise primaire majeure avec un total de près de 1,5 million de résidents à 1h du centre géographique du département.

Des zones secondaires et tertiaires voisines de moindre importance :

- Saint-Etienne Métropole avec plus de 406 000 habitants.
- Le Grand Chambéry avec près de 140 000 habitants.
- Valence avec près de 65 000 habitants.

LA DEMANDE TOURISTIQUE

- Une saisonnalité propre au tourisme de montagne de moins en moins marquée qui reflète le développement de l'activité touristique estivale et des ailes de saison.
- L'Isère attire les « spécialistes » ou les grands amateurs de certaines activités ciblées : pleine nature, outdoor, cyclotourisme, itinérance, culture et festivals...
- Attrait du tourisme en Isère dans le cadre de courts séjours (60 % des touristes restent 1 à 3 nuits).

CAPTER DES FLUX DE RÉSIDENTS DE PROXIMITÉ EN PROVENANCE DES AGGLOMÉRATIONS VOISINES.

RENFORCER LES OFFRES DE COURTS SÉJOURS QUI REPRÉSENTENT UN POTENTIEL DE DÉVELOPPEMENT SUR LES AILES DE SAISONS.

LA POLITIQUE TOURISME DEPARTEMENTALE

- Un schéma de développement touristique datant de 2003.
- Une organisation qui s'appuie sur un service tourisme et montagne au sein de la direction du développement et une agence d'attractivité.

Définit les politiques publiques et élabore le schéma du tourisme.

Gère les dispositifs d'aide tourisme :

- Contrats de performance Alpes IsHere soutien aux projets de développement touristique de plaine et de montagne
→ Financent des projets hétérogènes, au coup par coup, sans réelle vision de long terme ni spécificité territoriale.

- Plan départemental des itinéraires de promenades et de randonnées → Dispositif phare pour l'itinérance à conforter.

- Refuges gardés : soutien à l'investissement pour des travaux de rénovation → Intérêt du dispositif pour l'itinérance en montagne toutefois les montants d'aide de subvention ne répondent pas aux ambitions des opérations de réhabilitation proposées par les porteurs de projets.

- Activités nordiques : aide à l'entretien des domaines nordiques et aux sorties scolaires
→ Intérêt du dispositif pour la sensibilisation au milieu de la montagne auprès des jeunes.

- Plan départemental de soutien aux liaisons par câble à vocation touristique → Répond à un objectif de mobilité douce et décarbonée dont les projets demandent une maturation longue.

Structure les partenariats avec les acteurs du tourisme.

Accompagne les porteurs de projets touristiques.

Adoption d'une nouvelle feuille de route en 2023.

Développe la notoriété nationale et internationale de l'Isère et renforce le sentiment d'appartenance des Isérois à travers sa marque de destination AlpesIsHere.

Met en réseau les acteurs touristiques.

Accompagne les prestataires touristiques, porteurs de projets, collectivités et offices de tourisme :

- Mise à disposition de données d'observation pour l'aide à la décision.

- Aide aux démarches promotionnelles.

- Aide au développement, à la qualification et à la commercialisation d'offres touristiques.

DÉFINIR UNE NOUVELLE STRATÉGIE TOURISME ET MONTAGNE ET UN PLAN D'ACTION.

S'APPUYER SUR LES POLITIQUES PUBLIQUES DÉPARTEMENTALES QUI PARTICIPENT DE L'ATTRACTIVITÉ DU TERRITOIRE.

ANNEXE 2

LE DIAGNOSTIC

Pays de Bièvre-Valloire.

ENSEIGNEMENTS DU DIAGNOSTIC

FORCES

- Des aménités touristiques (patrimoine bâti et paysager, terroir, montagne) et une variété d'espaces remarquables à valoriser
- Une volonté d'accompagnement des projets touristiques des collectivités
- Une dynamique d'investissement importante
- Des filières porteuses pour le département en phase avec les tendances

FAIBLESSES

- Un modèle hivernal de moyenne montagne à repenser
- Défaut de stratégies territoriales élargies (à l'échelle d'un bassin de vie)
- Manque de qualification de l'hébergement et de l'offre
- Accessibilité contrainte aux massifs

- Des acteurs institutionnels mobilisés sur les enjeux de transitions touristiques
- La proximité de grandes agglomérations pour développer des offres courts séjours
 - Le développement d'activités de diversification et d'offres inter filières
 - Les marques « Alpes Is Here » et nos « produits Is Here » sur lesquelles s'appuyer

- Perte de l'activité économique et de la vitalité de certains territoires
- Changement climatique en oeuvre et plus sensible en secteur de montagne
- Les pics de fréquentation importants impliquant des conflits d'usage

OPPORTUNITES

MENACES



41