



# Immersion au Col de Marcieu

4-6 Septembre 2024

## La transition par l'expérience

Ce travail a bénéficié d'une aide de l'État gérée par l'Agence Nationale de la Recherche au titre du programme "France 2030" portant la référence ANR-15-IDEX-0002 via le LabEx ITEM.

# Sommaire

Les acteurs  
et leurs rôles

Les enjeux du  
territoire

Faits Marquants

Atouts  
et  
Faiblesses

Ce que nous avons  
appris

# Les Acteurs rencontrés





# Céline Mateo

**Directrice de l'Office de Tourisme Intercommunal (OTI)  
Belledonne Chartreuse depuis un 1an 1/2**

Anciennement directrice de l'OT Coeur de Tarentaise



**Origine** de l'OTI : Loi NOTRe en 2017

Regroupement des OT du Grésivaudan à l'exception de Chamrousse (indépendant)

**Objectifs** : générer des bénéfices pour les socios-pros

**Moyens** :

- promotion
- communication
- information
- commercialisation
- animation du réseau

**Budget** : 2,5 millions €, dont

- 200 000 activités d'été
- 250 000 communication

**Financement** :

- Communauté de commune du Grésivaudan
- Taxes de séjours
- Partenaires financiers

Stratégie multimarques (développement de 6 marques)





# Catherine Balestra & Suzanne Foret

Chargée de mission tourisme,  
cheffe de projet Espace Valléen

Conservatrice de la Réserve  
naturelle des Hauts de Chartreuse



Le Parc Naturel Régional c'est :

- 72 communes, 7 intercommunalités, 2 départements
- Un conseil scientifique de 17 membres

Nouvelle charte 2023 - 2028

Projet protection et développement durable

- Multifacette
- Harmonie
- Transition



Problématique : Gestion du sur-tourisme

- cohabitation d'enjeux économiques et environnementaux
- acceptabilité sociale (payer des droits d'entrées)

Problématique : Conflits d'usages entre propriétaires et visiteurs

# Alexandre Beltrami

Directeur commercial SEMLG ( Société d'Exploitation Montagne et Loisir du Grésivaudan)

S'occupe de 3 stations :

- Col de Marcieu
- Les 7 Laux
- Le Collet



Vision de l'année en 2 saisons (selon le fonctionnement des stations) : été et hiver

Bénéfices :

- 120 000 € l'hiver
- 150 000 € l'été

Financement



Problème car matériel coûteux

Réflexion d'investissement à double utilisation été/hiver

# Bruno Ciry

Directeur Sport Montagne et Tourisme de la Communauté de Commune du Grésivaudan

Missions : attractivité, développement, camp de base nature en Belledonne, stations à l'Horizon 2050

Objectifs : moins de lit froids

- plus de séjournant
- plus de séjours d'entreprise
- nouvelle dynamique

4 axes pour une nouvelle stratégie :

- Valoriser une identité de territoire
- Investir dans des filières structurantes
- Engager la transformation du modèle économique pour un tourisme responsable
- S'organiser pour rendre le territoire performant

Budget de la Communauté de Commune du Grésivaudan : 280 millions d'euro



# Julien Lorentz

2nd adjoint à la Mairie du Plateau des Petites Roches

En charge de la valorisation et de l'économie locale du Plateau

Conseiller communautaire à la Communauté de Commune du Grésivaudan

Référent :

- Finances
- Economie locales et touristiques
- Régie des remontées mécaniques et funiculaire de Saint hilaire du Touvet

Attachement personnel au territoire/ la région

Point central de la rencontre : le **Funiculaire de Saint Hilaire du Touvet**

Contexte :

- Représente une grande part des revenus de la commune (permettait d'équilibrer le budget avec la **station de ski** communale - **Col de Marcieu**)
- 50 000 passages/an
- 800 000 de CA/an
- Accident 29/12/2021

Aide à la remise en marche de la station de ski communale  
coopération les bénévoles qui feront fonctionner la station

 Volonté politique affichée de remise en marche du funiculaire

Complexité des démarches pour la remise en route



# Les Enjeux du Territoire

## ENVIRONNEMENT

- Améliorer l'offre de mobilité douce
- Gestion et contrôle de l'accessibilité aux sites / massifs
- Réduire l'impact des transports pour les séjours montagne
- Réguler le sur-tourisme / lutter contre les pics de sur-fréquentation

## SOCIAL

- Adapter l'offre pour tout type de public (âge, catégorie socio professionnelle etc.)
- Faire cohabiter le tourisme et la vie locale
- Valoriser les pratiques de loisirs de proximité

## FEDERER

- Mobiliser et rassembler les acteurs
- Travail sur des projets en communauté
- Développer l'Office de Tourisme Intercommunal
- Mutualiser des moyens humains et matériels

## ÉCONOMIE

- Gestion et répartition du budget
- Accroître et promouvoir l'activité des acteurs socio-professionnels
- Diversifier les services et produits touristiques
- Nouvelle tarification des forfaits de ski (Les 7 Laux)
- Vente de package pour l'ensemble des prestations touristiques

## DEVELOPPEMENT ET PROMOTION DU TERRITOIRE

- Promotion des destinations en tant que "marque".
- Capter des touristes "séjournants"
- Promouvoir le patrimoine culturel de la vallée
- Accroître la qualité de l'offre d'hébergement
- Définir une stratégie de communication adaptée aux cibles / besoins et trouver les bons outils
- Promotion des produits locaux
- Se singulariser grâce à l'identité du territoire (filière thermale, événements etc.)

## EDUCATION

- Faire découvrir le territoire aux enfants qui pourraient le faire vivre demain
- Sensibiliser à la transition sociale et environnementale auprès des acteurs, habitants et séjournants
- Encourager une consommation + locale
- Soutenir les traditions culturelles locales
- Organiser des interventions à l'école par des associations locales ou par des locaux au parcours atypique
- Éduquer aux risques en montagne, à la cohabitation (propriété privée, bivouac régulé, chiens etc.)

# Atouts et Faiblesses

## DEVELOPPEMENT

- Envie de développer le territoire de façon durable : Investi dans la transition écologique
- Effort de transmettre l'importance du territoire aux nouvelles générations
- Site internet moderne
- Renouvellement de l'offre tarifaire en station
- Beaucoup de BIT + BIT mobile (Bureau d'Information Touristique)

## ACTEURS

- Employés communauté de commune nombreux
- Travail en réseau
- Attachement et dévouement des acteurs locaux pour le territoire
- Pluralité des acteurs
- Industrie du Grésivaudan (SOITEC, ST)

## ACTIVITÉS

- Renouvellement des activités
- Pôle de thermalisme et bien être
- Coupe Icare : plus gros festival mondial de vol libre

## PATRIMOINE

- PNR - réserve naturelle
- Diversité géographique
- Patrimoine naturel, historique et culturel riche

## TOURISME

- Cibles diverses : Accessible à tous
- Toutes saisons
- Forte activité touristique => popularité des sites
- Proximité avec grandes métropoles : Grenoble/Chambéry

## ENVIRONNEMENT

- Moins de neige qu'avant
- Maladies qui affectent les sapins => mort de la forêt => mise en péril de certaines activités comme l'accrobranche par exemple

## TRANSPORT

- Funiculaire condamné (moins d'attractivité)
- Manque de transport et de communication sur ceux existant

## TOURISME

- Moins d'investissement dans le tourisme => économie et industrie sont plus importants pour les élus
- Conflits d'usage
- Certains sites sur-fréquentés (Cirque de st même)
- Lits froids / Manque d'hébergement en station
- Conduite du changement en difficulté
- Test de nouvelles activités non concluantes

## POLITIQUE & BUDGET

- Choix politiques qui ralentissent le développement
- Incompréhension de certains investissements
- Manque de personnel local (col Marcieu)
- Budget faible (animations, communication)

# Les Faits Marquants

## UN TERRITOIRE COMPLEXE...

- Menacé par le **dérèglement climatique**, vu avec la fresque du climat (photo)
- Avec une **stratégie indépendante de Chamrousse**
  - > Budget de 2,5 millions d'€ pour l'OTI, dont 1,8€ donné à la comcom
  - > Budget de 1,5 millions d'€ pour Chamrousse
- Face à **des conflits d'usage**
  - > Loi de février 2023 "visant à [...] protéger la propriété privée" ([legifrance.gouv.fr](https://www.legifrance.gouv.fr))
  - > Lobbying de la chasse
- Destination d'**excursionniste**
  - > Complexité dans la communication et dans la manière de réguler la surfréquentation
  - > Accueillir mieux en accueillant moins (de manière répartie)
- **Le funiculaire** : Complexité administrative, financière et politique
  - > Population attachée à cette installation
  - > Question de remise en marche (pouvoir moindre)

## ... EN CONSTANTE ÉVOLUTION

- Nouveaux investissements pensés pour **une utilisation à l'année**
- **Dévouement des locaux** (bénévoles) pour permettre la réouverture de la station de Saint-Hilaire-du-Touvet
- **Renouvellement constant de l'activité**
  - > pour s'adapter au dérèglement climatique
  - > interdépendance des acteurs
- **Nouveau système de tarification** aux 7 Laux -> Innovation



# Avec quoi repartons nous ? / Ce que nous avons appris

## Le territoire

- Une dynamique imprévisible qui nécessite une constante adaptabilité
- Attachement de la population locale au territoire
- L'importance d'un réseau fédérateur d'acteurs

## Le développement durable

- Une plus grande conscience de l'urgence climatique, de ses enjeux et de la nécessité d'agir vers une transition écologique soutenable.
- Une communication sereine autour des sujets environnementaux
- le besoin d'éduquer et d'instruire, plutôt que moraliser.

## Le tourisme

- Prise de conscience de sa complexité territoriale (espaces, pratiques, acteurs).
- La multiplicité de ses enjeux (économique, environnementaux, culturel)
- Des acteurs publics et privés
- Diversité des profils de touristes
- Dangers du surtourisme
- Comment s'adapter ?



Photo: Vallée du Gresivaudan Montagne aerodrome ULM

## Des rencontres

- Une diversité d'acteurs
- La façon dont ils coopèrent
- Leur vision du territoire
- Apprendre à nous connaître ainsi que nos professeurs, à échanger nos points de vue parfois différents

**Répartition des tâches**



**Moment de partage lors des repas**



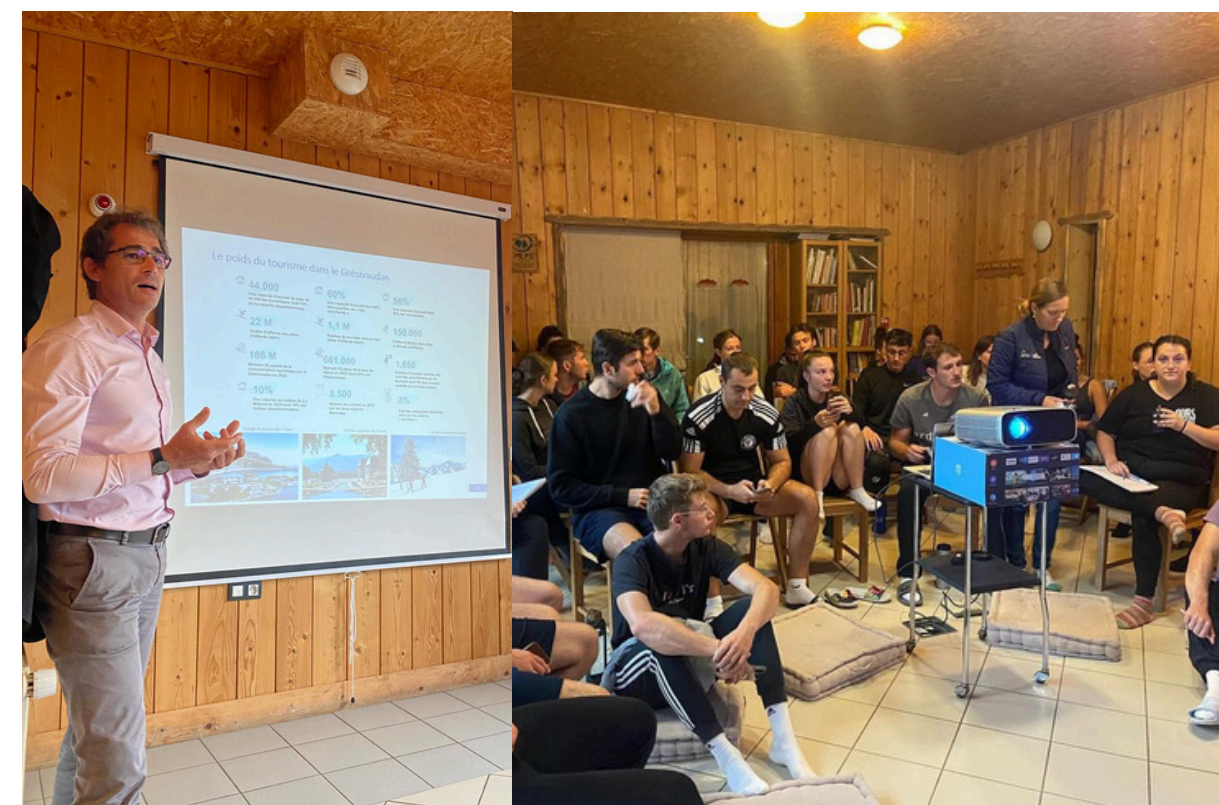
**Cohésion du groupe**



**Déplacement jusqu'au site en autonomie**



**Travail de groupe**



**Interventions des acteurs locaux**