



©M et S Booth/ Inspiration Vercors

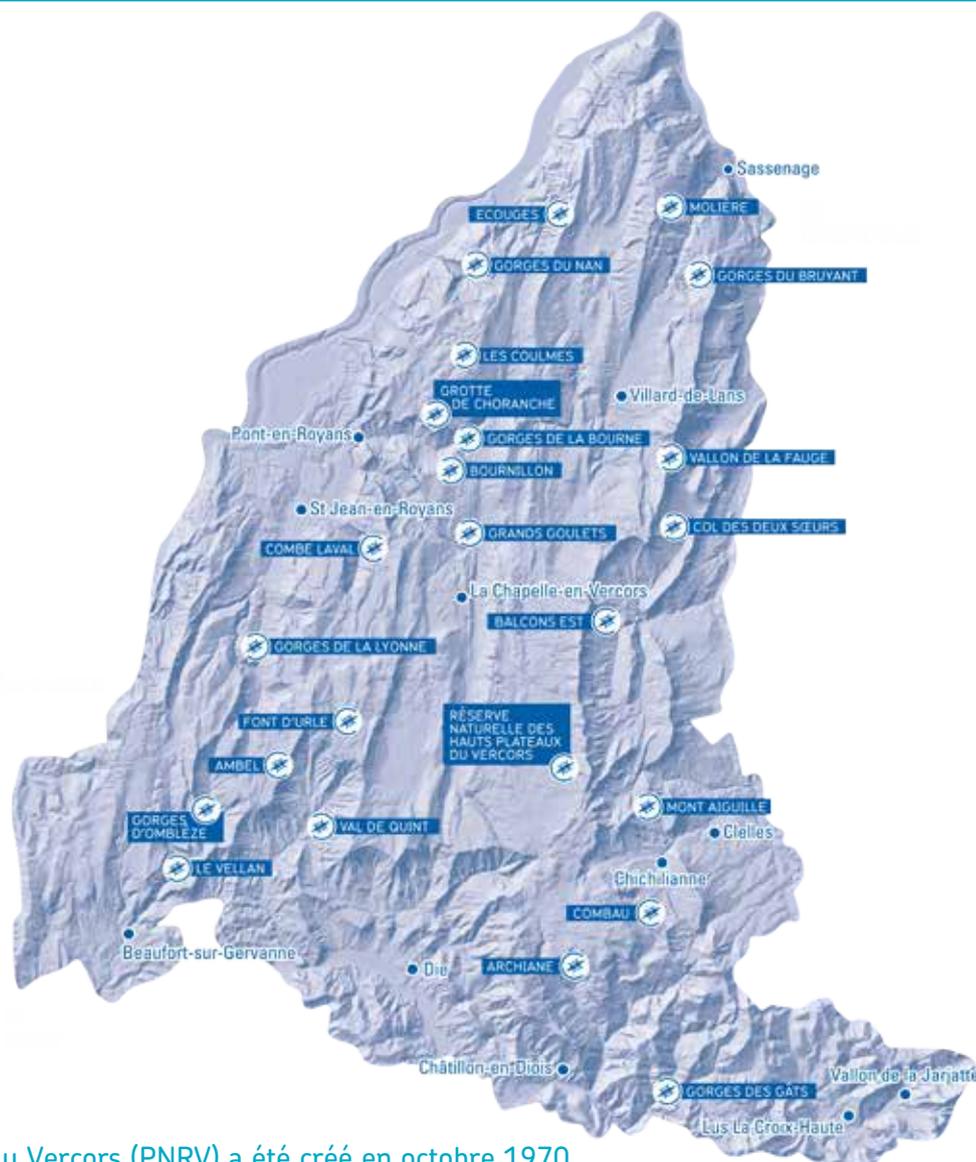


©M et S Booth/ Inspiration Vercors

## VUES D'ENSEMBLE DU PARC NATUREL RÉGIONAL DU VERCORS

# Le Parc Naturel Régional du Vercors

Le PNR du Vercors a mis en place une démarche de développement du tourisme durable, en fédérant des partenaires publics et privés autour de valeurs partagées.



Le PNR du Vercors (PNRV) a été créé en octobre 1970 et couvre une superficie de 205 806 hectares dont 17 000 hectares classés en réserve naturelle. L'altitude passe de 180 m à 2453 m au sommet du Rocher Rond.

Il rassemble 53 000 habitants dans 85 communes, dont 48 sont rattachées au département de l'Isère et 37 au département de la Drôme.

Les villes portes du PNR sont Grenoble, Crest, Romans, Saint-Marcellin et Vinay.

## Le territoire

Le PNR du Vercors (PNRV) a été créé en octobre 1970 et couvre une superficie de 205 806 hectares dont 17 000 ha classés en réserve naturelle. L'altitude passe de 180m à 2453m au sommet du Rocher Rond. Il rassemble 53 000 habitants dans 85 communes, dont 48 rattachées au département de l'Isère et 37 au département de la Drôme. Les villes-portes du PNR sont Grenoble, Crest, Romans, Saint-Marcellin et Vinay.

### Renforcer le tourisme durable et la visibilité du Vercors

Selon Clémence Perrin-Malterre, maître de conférence à l'Université Clermont-Ferrand 2, le Vercors se situe dans une phase de stagnation et craint le déclin de sa fréquentation touristique. La priorité du Parc est de redynamiser la destination en la rendant plus durable. Le PNR du Vercors indique sur son site

que ce positionnement durable passe par « *une redéfinition des valeurs du territoire mais aussi par une mise en cohérence et une coordination des actions entre les partenaires.* »

On retrouve dans cette approche, le projet touristique du PNR du Vercors, présenté comme relevant du développement durable, à savoir l'instauration d'une marque « *Inspiration Vercors* » autour d'un réseau d'acteurs et d'institutionnels du tourisme, appuyés par les conseils d'un cabinet d'étude mandaté pour cet accompagnement (cabinet Pamplemousse basé à Annecy).

Cette mise en réseau des acteurs est initiée et orientée par le travail depuis dix ans du responsable du service tourisme du parc, Mathieu Rocheblave. Ce dernier a su faire venir autour de la table à la fois les structures touristiques classiques comme les offices de tourisme et agences ou comités départementaux du tourisme et surtout les professionnels du tourisme. Ces derniers se sentent aujourd'hui « *plus reconnus par l'équipe du Parc* ».

Mathieu Rocheblave souligne par ailleurs que, pour parvenir à cette marque, les acteurs du tourisme se sont pleinement investis et ont acquis de nouvelles compétences.

### Une périurbanisation rapide

Le positionnement du PNR sur le tourisme durable atteste d'une prise de recul et d'une recherche d'un second souffle sur un territoire à présent victime de son succès via l'installation de plus en plus importante de travailleurs grenoblois (dans la moitié Nord du PNR). D'ailleurs, cette périurbanisation a également des répercussions sur les pratiques touristiques qui deviennent de plus en plus des fréquentations à la journée par des populations locales et de moins en moins des séjours à la semaine (propos du vice-président au tourisme du PNRV).

À titre d'exemple, une réunion publique organisée par la commune d'Engins a permis de constater ce type d'évolution et les questions pratiques qui se posent pour les habitants comme pour l'équipe du PNR. Cette collectivité n'est pas forcément classée par les responsables du Parc comme une commune touristique, sa population (environ 500 habitants) est principalement composée de personnes travaillant sur l'agglomération grenobloise et elle ne compte que très peu de résidences secondaires.

Par contre, lors de cette réunion, on a pu constater que cette commune est un point de départ de nombreux sentiers de randonnée et autres balades. Elle bénéficie en plus, ce qui est assez rare pour être souligné, d'un arrêt de bus en provenance de l'agglomération grenobloise à proximité de ces départs de randonnées. On peut ainsi traverser à pieds la vallée et revenir en bus jusqu'à Grenoble sans utiliser son véhicule personnel.



L'objectif de la réunion visait à réfléchir avec tous les habitants à la réhabilitation d'une grange située au départ des sentiers. Un questionnaire a été distribué aux habitants afin de connaître leurs avis et idées. Un autre questionnaire a été administré à 68 visiteurs. Ces visiteurs sont principalement originaires de l'agglomération et viennent assez régulièrement dans le Vercors et sur la commune d'Engins. Il n'y a pas de groupe organisé si ce n'est des associations de retraités-randonneurs locaux.

Ce qui ressort de cette enquête est l'intérêt d'installer sur cette commune d'entrée du Parc, un point information sur la nature, issu d'un possible partenariat entre le parc et l'intercommunalité. C'est une expérience de participation citoyenne très intéressante à laquelle le Parc n'était pas représenté mais dont il pourrait tirer des enseignements en matière de prise en compte de la population locale et des touristes.

### Le rôle fédérateur du Parc

En outre, la réflexion sur cette marque territoriale « *Inspiration*

*Vercors* » a permis de travailler en amont sur l'intercommunalité et d'ambitionner une vision à long terme du développement touristique durable du Vercors au sens large.

Selon les responsables et les élus du PNR Vercors, cette marque représente, depuis cinq ans, un projet fédérateur et a permis la mise en œuvre d'une gouvernance partagée, en réunissant des partenaires publics et privés autour de valeurs partagées. Il s'agit de dépasser les problèmes des échelles administratives qui ne correspondent que très rarement à la notion de destination touristique ambitionnée par la marque « *Inspiration Vercors* ».

Et de conserver les spécificités de chaque territoire touristique au sein de la mosaïque du Vercors. Le parc se trouve donc au même niveau que les autres acteurs. Par contre, il joue son rôle de fédérateur et de mobilisateur de financements extérieurs. En résumé, il participe à une possible structuration touristique de la destination Vercors mais sans apposer uniquement la marque Parc. « *Inspiration Vercors* » vise avant tout à rassembler le plus grand nombre d'acteurs

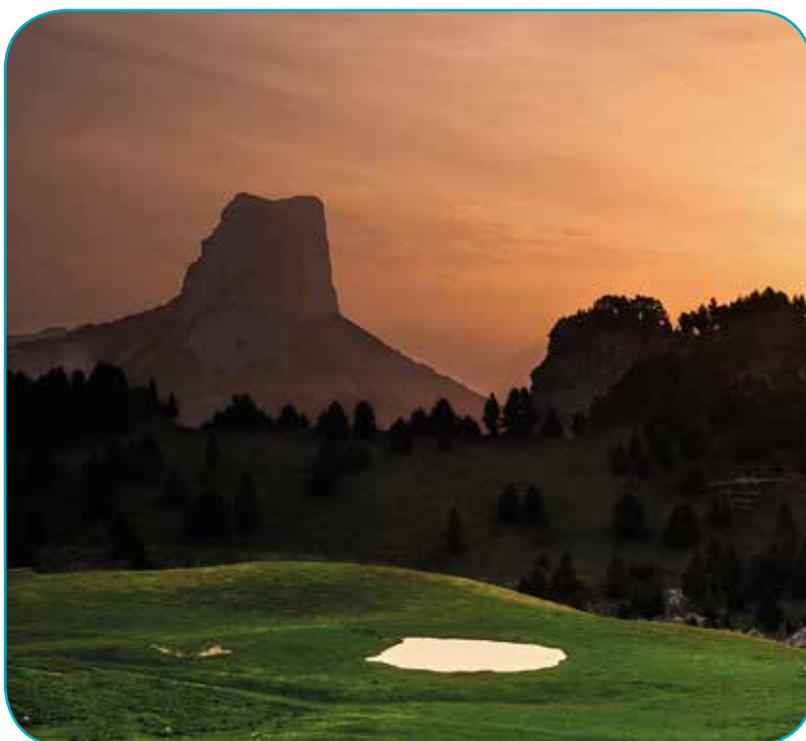
touristiques se retrouvant dans les valeurs du développement durable.

La structure Vercors tourisme est le vecteur de la promotion d'« *Inspiration Vercors* » sous l'œil avisé du PNR garant des valeurs de la marque. On est bien dans une démarche de marquage des projets, des initiatives et des produits touristiques. « *Inspiration Vercors* » est une démarche se voulant plus collaborative et participative que dans l'application des principes d'attribution de la marque Parc au niveau national. Il nous a cependant été indiqué que tous produits signés « *Inspiration Vercors* » devaient également relever de la marque Parc.

Le projet de tourisme durable du Parc s'organise donc à présent autour de la mise en œuvre de la marque *Inspiration Vercors* et se partage en deux axes de travail : la promotion touristique, donc un axe tourné vers l'extérieur, et une communication interne au Parc vers ses élus et ses partenaires.

La cohérence de la démarche est portée par l'accompagnement sur le long terme d'un cabinet spécialisé en communication territoriale, le cabinet Pamplémousse. Celui-ci aide Mathieu Rocheblave et son équipe dans la mise en œuvre des actions, des projets et dans la prise de conscience des acteurs du tourisme de l'intérêt de travailler ensemble autour des valeurs de la marque. Par ailleurs, le réseau des ambassadeurs du parc est associé aux réunions de travail portant sur la marque.

Jean-Philippe Delorme, le directeur du parc souligne également l'intérêt de travailler avec des universitaires (notamment Romain Lajarge ou bien encore Emmanuelle Marcelpoil, experts sur ces questions de développement touristique en montagne) pour accompagner l'essor de la marque et les projets dans un objectif de tourisme durable.



©M et S Booth/ Inspiration Vercors



©M et S Booth/ Inspiration Vercors

## Gouvernance au-delà du Parc

Le Parc prend ainsi en compte le changement des métiers du tourisme, la montée en compétence des structures touristiques du type CDT et Office de tourisme. Cette démarche de marque territoriale dépassant les limites du parc et travaillant autour de l'idée de la destination touristique « Vercors », permet également aux agents du parc d'anticiper la problématique des intercommunalités et de la compétence tourisme.

Dans la gouvernance d'« *Inspiration Vercors* » et notamment au niveau du financement, tout n'est pas simple non plus. On note, par exemple, une certaine méfiance et opposition de l'intercommunalité du Diois qui ne se retrouve pas dans cette vision et n'adhère plus à la marque Vercors-Drôme initié par le département...

Les techniciens du parc et des territoires associés soulignent que les mentalités évoluent dans le Vercors en indiquant que chaque euro investi doit l'être à présent

sur les quatre saisons et non uniquement sur l'hiver et les stations de ski.

## Liens avec les pratiques participatives locales

Les responsables du parc (élus et techniciens) ont reconnu une faiblesse de la participation citoyenne. La présidente du parc a souligné que la participation citoyenne était d'ailleurs déléguée au CPIE. Aucun lien n'existe avec le conseil de développement du CDDRA Alpes-Sud-Isère présent sur la partie Nord du Vercors. La démarche s'organise donc principalement entre les institutions touristiques, les techniciens du parc accompagnés du cabinet Pamplemousse et des acteurs, prestataires touristiques. A long terme, il est envisagé une certaine autonomie du réseau mais sous « contrôle » du parc, garant des valeurs du développement durable sur le territoire Vercors.

Par contre, une autre limite de la gouvernance porte sur les différences de conception du temps par les privés et les

institutions publiques. Les acteurs privés ont eu tendance à agir seuls car le secteur public semble toujours avoir un temps de retard selon les acteurs rencontrés.

## Quid de l'évaluation ?

Enfin, le Parc, et notamment le service tourisme, souhaite mettre en place à l'échelle du territoire un observatoire du tourisme afin de pouvoir évaluer plus précisément les retombées des actions entreprises. Pour l'instant, l'évaluation se fait principalement par le niveau de participation des acteurs aux réunions d'« *Inspiration Vercors* » et aux retours sur les actions programmées de promotion et communication notamment sur le public ciblé en 2015 : les Belges !

Stéphane LOUKIANOFF  
et Christel VENZAL  
Entretiens réalisés en  
mai 2015