

TRIÈVES

inspiration
VERCORS



**STRATÉGIE POUR UN TOURISME RESPONSABLE
2026-2030**

ÉDITO



« Depuis le début du mandat, nous avons travaillé intensément avec nos services et l'ensemble des partenaires du territoire pour clarifier la place de chacun dans la stratégie touristique du Trièves : communes, intercommunalité, acteurs économiques et habitants. La réflexion sur l'accueil a bien illustrée notre volonté de trouver la juste place pour chacun.

Ces six années nous ont permis de poser les bases d'une approche touristique cohérente à l'échelle de notre communauté de communes, et plus largement du massif du Vercors dans le cadre d'Inspiration Vercors.

Il nous a semblé essentiel de capitaliser sur ces avancées pour mettre à jour notre stratégie et faciliter le passage de relais en cette fin de mandat.

Nous avons mené ce travail comme nous savons le faire : en valorisant nos services, en mobilisant toutes nos instances de travail, en associant nos partenaires et en ouvrant largement la réflexion aux habitants. Je tiens à remercier chaleureusement toutes celles et ceux qui ont contribué à ce travail collectif. Le document que nous présentons aujourd'hui est le fruit de cette démarche. Il trace une feuille de route claire, fidèle à ce que nous sommes et alignée avec ce que nous souhaitons devenir. »

FANNY LACROIX

Vice-présidente de la communauté de communes du Trièves en charge du tourisme

« Le tourisme est une des activités économiques les plus importantes de notre territoire. Avec ses paysages magnifiques, la diversité de son offre et son caractère préservé, le Trièves est une destination de plus en plus prisée des visiteurs à la recherche d'authenticité et de contact avec la nature.

Cependant, les pratiques touristiques changent rapidement, les usages de notre territoire sont divers et si nous voulons agir plutôt que subir, il nous faut nous organiser, collectivités, professionnels du tourisme, habitants et visiteurs.

Ce schéma a vocation d'orienter l'avenir touristique du Trièves en fonction des souhaits de ses habitants et des personnes qui l'animent afin que le tourisme, tout en restant un des moteurs économiques de notre territoire, favorise des expériences humaines riches et un respect renouvelé de la nature.

Je remercie tous ceux qui ont participé à ce travail remarquable qui pourra guider les futures politiques et permettre au Trièves de continuer à s'offrir à tous, habitants et visiteurs, sans perdre son âme. »

JÉRÔME FAUCONNIER

Président de la communauté de communes du Trièves





SOMMAIRE



01. PRÉSENTATION.....	6
> Tourisme et changement climatique.....	6
> Contexte & méthodologie.....	8
> Présentation succincte Trièves touristique.....	8
> Le Trièves, pionnier en écotourisme.....	11
> Les activités de pleine nature.....	13
> Le service tourisme, l'Office de Tourisme et les chiffres clés.....	14
> Matrice, forces, faiblesses, opportunités, menaces.....	24
02. POSITIONNEMENT.....	26
> La marque Trièves-Vercors.....	26
> Les activités de pleine nature.....	27
> Marchés & cibles.....	28
> Plan de communication.....	29
03. STRATÉGIE POUR UN TOURISME ÉCORESPONSABLE.....	30
> La vision : le Trièves, terre d'équilibre et de partage inspirant.....	30
> Feuille de route & orientations opérationnelles.....	32
> Défi 1 : maintenir l'équilibre des activités et préserver le Trièves.....	34
> Défi 2 : renforcer l'attractivité et optimiser le parcours client.....	37
> Défi 3 : accélérer l'adaptation de l'activité touristique.....	41
> Défi 4 : favoriser la collaboration entre acteurs.....	45



01.

PRÉSENTATION



TOURISME

et changement climatique



LES IMPACTS DU TOURISME SUR LE CLIMAT ET LES RESSOURCES

LES ÉMISSIONS DE GES
DU TOURISME EN FRANCE

< = >

l'empreinte carbone annuelle
de **10 millions** de français

Ces émissions proviennent

À 70 %

de la mobilité
(en particulier
les allers-retours
vers les lieux de séjours)

À 25 %

de l'hébergement,
des achats
et de l'alimentation

LA VOITURE
REPRÉSENTE

1 / 3

des émissions
du tourisme

LE TOURISME
REPRÉSENTE

11 %

de l'inventaire national
des émissions de la France



Les impacts au-delà du climat concernent
la **surconsommation** des ressources,
la production de **déchets souvent mal gérés**,
les impacts sur la **biodiversité** et parfois
sur les **populations locales**.



LES IMPACTS DU CHANGEMENT CLIMATIQUE SUR LE TOURISME

- > Le réchauffement a des conséquences directes sur les stations de ski avec **une baisse de l'enneigement**.
- > Les canicules poussent les visiteurs **vers des destinations plus fraîches**.
- > L'impact carbone est plus important pendant les vacances. Nos modes de vacances actuels **sont incompatibles avec l'accord de Paris** qui vise à limiter à 2 t de CO₂ / pers / an.



La montagne n'est pas épargnée,
elle connaît même un réchauffement accéléré
et les conséquences présentes et à venir
sont à prendre en compte.



Pour répondre aux enjeux, ADN Tourisme et l'ADEME préconisent de démultiplier les initiatives vers un tourisme écoresponsable dont voici la définition donnée par l'Organisation mondiale du tourisme : « un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil ».

LES IMPACTS EN TRIEVES ET VERCORS

Températures
moyennes annuelles
de +2.6°C
à Monestier de Clermont
entre 1951 et 2021*

Période hivernale
(20/12 - 20/03)
+0.8°C
à Autrans
entre 1956 et 2018*

Hauteur moyenne
de neige
- 26% (soit -8.6 cm)
entre 1964-1993
et 1988-2017*

- 21 jours
de gel sur l'année*

* Chiffres issus du rapport 2023 de l'Observatoire Régional Climat Air Énergie Auvergne-Rhône-Alpes (ORCAE)





Contexte & MÉTHODOLOGIE



Le tourisme représente la 2^e activité économique du Trièves après l'agriculture. La précédente stratégie du tourisme en Trièves sous la forme d'un Schéma de Développement Touristique a été validée en 2019 par le conseil communautaire.

80 % des actions ont été réalisées. Les élus ont souhaité avant la fin de leur mandat, actualiser la stratégie en réalisant un travail en interne. Le service tourisme a ainsi proposé une méthodologie au bureau exécutif qui l'a validée

Un travail participatif reposant sur :

- le **lancement, 17 octobre 2024** : une réunion plénière sous forme d'un world café pour recueillir la vision, les enjeux et les premières orientations (30 participants) ;
- **deux questionnaires** : 1 à destination des habitants (253 réponses) et 1 à destination des touristes (75 réponses) ;
- une **réunion spécifique** pour affiner la vision et les orientations stratégiques, le 13/01/2025 (21 participants) ;
- la **validation** par le Conseil d'exploitation, le groupe de suivi de la transition du tourisme et la commission tourisme puis par les élus du bureau exécutif de la vision et des orientations ;
- **5 ateliers pour lister les actions** (en 2025) : à Mens le 10/03 (19 participants), à Chichilianne le 11/03 (14 participants), à Gresse le 19/03 (19 participants), à Clelles avec le pôle aménagement/développement le 20/05 (16 participants) ;
- un **travail du service** pour organiser les idées, proposer d'autres actions et prioriser ;
- une **validation** par le conseil d'exploitation et la commission tourisme du plan d'actions ;
- une **validation** par les élus du bureau exécutif du plan d'actions ;
- une **présentation en conseil communautaire** le 17 novembre ;
- une **délibération** en janvier 2026 ;
- une **présentation publique** début 2026.

Le présent document final est le résultat d'un travail de plus d'un an et servira de feuille de route pour le développement d'un tourisme écoresponsable pour les 5 années à venir. Il s'agit d'une base de travail qui sera à compléter par des fiches détaillées et une budgétisation des actions envisagées.

L'ÉCOTOURISME EN TRIÈVES : UNE ÉVIDENCE

Une **charte de l'écotourisme** a été mise en place en 2010 afin de garantir des engagements et une démarche de progrès de tous les acteurs du tourisme qui le souhaitent, qu'ils soient hébergeurs ou prestataires d'activités.

Cette charte comprend des **engagements pour l'énergie et l'habitat, l'eau, les déchets, les déplacements, les achats, sans oublier le patrimoine naturel ainsi que la communication et la sensibilisation.**

L'office de tourisme s'appuie sur les **23 prestataires signataires** de la charte pour éditer **le guide des séjours sans voiture.**

Depuis le Covid et dans cette époque de changement climatique, le Trièves apparaît comme **une destination prisée entre rencontres, activités nature et ressourcement.**

Présentation succincte TRIÈVES TOURISTIQUE

LE TRIÈVES...TERRE D'ÉQUILIBRE

Le Trièves territoire de 27 communes, et un peu plus de **10 000 habitants**, est organisé en **Communauté de communes** depuis 2012.

On dit que Le Trièves est authentique. En effet, il existe un équilibre indéniable entre les activités : tourisme, agriculture (dont une grosse partie de bio et de Haute Valeur Environnementale), artisanat, commerce et services. **Les habitants vivent et travaillent majoritairement au pays.**

LES MONTAGNES

À l'est, le massif du Dévoluy avec les sommets suivants :

- > l'**Obiou** : 2 789 m - commune de Châtel en Trièves ;
- > le **Grand Ferrand** : 2 758 m - commune de Tréminis - *une des perles du Trièves avec ses forêts profondes et son sentier de la Résistance* ;
- > le **Châtel ou Bonnet de Calvin** : 1 937 m - commune de Mens.

À l'ouest, le massif du Vercors avec dans sa partie Trièves :

- > le **Grand Veymont** : 2 341 m - commune de Gresse-en-Vercors ;
- > le **Mont Aiguille** : 2 085 m - commune de Chichilianne - *avec ses nombreux hébergements touristiques, sa vue imprenable sur notre « phare » triévois qu'est le Mont Aiguille* ;
- > le **Jocou** : 2 051 m - commune de Lalley ;
- > les **crêtes de Jiboui et le Mont Barral** : 1 903 m - commune de Monestier du Percy - *depuis le col de Menée*.

De nombreux pas et cols permettent d'accéder à la Réserve Naturelle des Hauts Plateaux :

- > le **col de Menée** (limitrophe avec le Diois) ;
- > le **pas de l'Aiguille**, lieu de mémoire de la Résistance et son refuge des Chaumailoux ;
- > le **pas de l'Essaure** ;
- > le **pas des Bachassons** ;
- > le **pas de la Balme** ;
- > le **pas de l'Oeille**, depuis Château Bernard...

LE LAC DE MONTEYNARD-AVIGNONET

Une rive Matheysine (Savel), une rive Trièves (Treffort).

Activités à Treffort (haut lieu de planche à voile et de kite surf) :

- > **bateau La Mira** et ses croisières ;
- > accès à la **passerelle sur l'Ebron** ;
- > randonnée des **passerelles himalayennes**, un incontournable du territoire qui rencontre un très vif succès.

Quelques hébergements proches du lac : camping de la plage, camping d'Herbelon, Camping Le Courtialet, Château d'Herbelon, Shack sur le Lac, un peu plus loin le Château de Pâquier (chambres d'hôtes).

GRESSE-EN-VERCORS

Village station 4 saisons. Le plus haut village du Vercors 1 250 m, 27 pistes de ski alpin et 8 parcours pour 50 km de ski de fond.

Un magasin de sports propose de la location de matériel sportif en tout genre (vélo, ski, luge...) et des activités (tir à l'arc, vélo, marche nordique)

De nombreuses activités encadrées ou non sont proposées dans cette station dynamique et familiale été comme hiver : rando, alpinisme, canyon, parapente, parcours dans les arbres... La commune prépare la transition même si le ski crée encore une activité économique importante.

Gresse en Vercors compte 30 % des lits touristiques marchands du Trièves.

MENS ET LES VILLAGES ENVIRONNANTS

Mens, capitale historique du Trièves, a conservé une architecture homogène dans le centre bourg autour de la halle, du temple et de l'église.

Le Musée intercommunal du Trièves retrace la vie des hommes qui ont façonné le Trièves (expositions permanente et temporaires).

Pour un village d'environ **1 500 habitants**, Mens compte un nombre important **de commerces et un marché hebdomadaire avec des producteurs locaux** qui attire les villages environnants.

Terre Vivante, symbole de l'écotourisme, se trouve sur la commune de Mens à environ 5 km du centre village. La maison d'édition du même nom publie depuis 40 ans (ex. : mes 4 Saisons du jardinage). L'implantation du centre d'écologie pratique remonte à 1994. Le centre a été fermé à la visite en 2025 pour préparer son renouveau et sa réouverture en 2026.

LA ROUTE DES SAVOIR-FAIRE

En 2025, 28 membres sont regroupés dans un livret. Ils proposent tous une visite de leur activité, parfois des stages : artisans d'art, fermes, lieux culturels. Une palette très riche d'activités à découvrir et de souvenirs à rapporter.

Rencontres, découvertes et apprentissages sont les atouts de la Route que l'on peut découvrir par les mobilités douces.

L'Office de Tourisme l'anime et la promeut :

> trieves-vercors.fr/la-route-des-savoir-faire-du-trieves/

> trieves-vercors.fr/wp-content/uploads/2025/02/0389-livret-rsft-2025-web.pdf

LES BONS PRODUITS ET LES SPÉCIALITÉS

Les circuits courts se sont développés dans le Trièves. Les fermes se sont organisées et la vente directe permet d'acheter localement des produits de qualité : viande, fromages, charcuterie, légumes, petits fruits, pain, confitures, miel et même du jus de fruits, du vin, de la bière, du whisky et du tofu made in Trièves ! **On peut faire son repas entièrement avec des produits locaux.**

La bouffette de Mens a ses adeptes, ainsi que **les Ravioles du Trièves**. Beaucoup plus grosses que ses voisines du Royans, elles sont fourrées de pommes de terre, oignons, lard ou herbes. **La promotion de cette spécialité locale s'organise, une marque collective et son règlement d'usage préservant la recette ont été déposés à l'INPI par la Communauté de communes.**

JEAN GIONO ET LE TRIÈVES

Jean Giono est venu en séjour à plusieurs reprises dans le Trièves depuis Manosque. **Il a séjourné à Tréminis puis à Lalley dans le village de son amie peintre Edith Berger. Il a écrit plusieurs romans situés dans le Trièves :** Un Roi sans divertissement (entre Chichilianne et Lalley), Batailles dans la montagne et le bout de la route (Tréminis), Faust au village avec notamment un texte sur le vin de Prébois. Il a même affirmé « *c'est de ce pays au fond que j'ai été fait pendant plus de 20 ans* ». L'espace **Giono et le sentier Berger / Giono** rendent hommage à ces 2 artistes à Lalley.

ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE : LE CHOIX

Randonnée sous toutes ses formes : à pied, à cheval, avec des ânes, accompagnées ou non, activités nautiques, activités hivernales mais aussi escalade, parapente, vélo de route, VTT, VAE, équitation, activités avec les chiens, pêche à la ligne...

LES INCONTOURNABLES

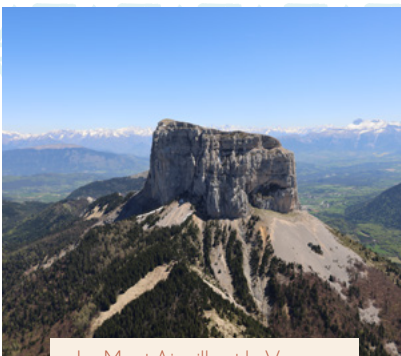
Le Trièves est une terre de contrastes. Parmi les pôles touristiques les plus connus et recherchés on peut citer :



Les Passerelles himalayennes



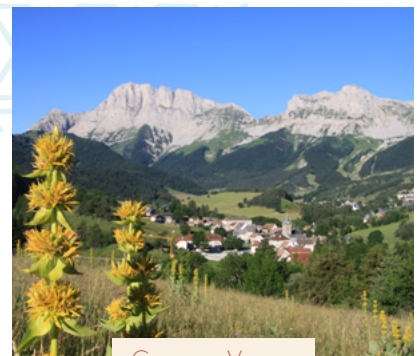
Le Lac de Monteynard Avignonet



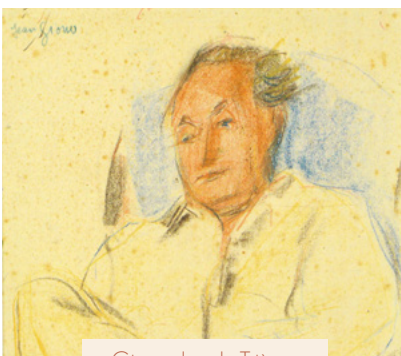
Le Mont Aiguille et le Vercors



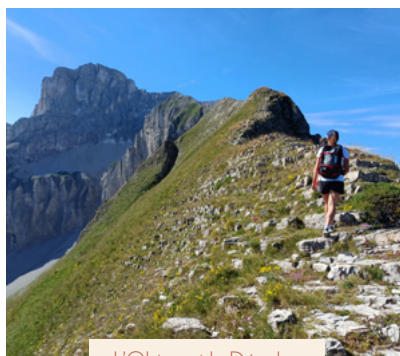
Le Musée et le village de Mens



Gresse en Vercors



Giono dans le Trièves



L'Obiou et le Dévoluy



Terre Vivante

Le Trièves, pionnier EN ÉCOTOURISME



L'écotourisme est une approche du voyage responsable qui vise à minimiser l'impact sur l'environnement tout en soutenant l'économie locale et en donnant à comprendre le territoire et la vie de ses habitants. La Communauté de communes du Trièves s'est engagée dans l'écotourisme dès 2009 en candidatant à l'appel à projets régional « territoire écotouristique ».



LES INITIATIVES CLÉS EN MATIÈRE D'ÉCOTOURISME DANS LE TRIÈVES

La Charte Écotourisme Trièves

La **Charte Écotourisme Trièves** est au cœur de la démarche. Elle engage les acteurs touristiques locaux (hébergeurs, restaurateurs, prestataires d'activités) à respecter des critères précis en matière de développement durable. Ces critères couvrent divers aspects, comme la gestion des déchets, l'utilisation d'énergies renouvelables, l'approvisionnement en produits locaux et la sensibilisation des visiteurs aux enjeux environnementaux. Les professionnels qui adhèrent à cette charte s'engagent à offrir une expérience touristique de qualité, respectueuse de la nature et des habitants.

Les séjours sans voiture : une démarche pionnière

L'Office de Tourisme du Trièves a également lancé une initiative novatrice : **les séjours sans voiture**. Cette démarche originale, encourage les touristes à se déplacer de manière douce pendant leurs vacances. Ils sont incités à utiliser les transports en commun pour arriver sur place (train jusqu'à Clelles-Mens et Monestier-de-Clermont ou autocar de Grenoble à Mens), puis à privilégier la marche, le vélo ou les navettes locales pour leurs déplacements sur place. Des partenaires proposent des offres de séjours complets (hébergement, activités, repas) qui

ne nécessitent pas l'usage de la voiture individuelle. Cela réduit l'empreinte carbone du tourisme et favorise une immersion plus authentique dans le paysage et la vie locale.

Les signataires de la Charte Écotourisme

Le tableau ci-dessous reprend l'ensemble des structures, communes et prestataires d'activités touristiques ayant été audités dans le cadre de la charte de l'écotourisme en Trièves.

Les feuilles précisent le niveau d'écotourisme des structures en fonction des référentiels définis par types d'activités et de structures. Cette liste est amenée à évoluer en fonction des nouveaux signataires ou des progrès des signataires en matière d'écotourisme sur les huit thématiques retenues.

La charte sera révisée dès 2026 pour coller aux exigences actuelles en matière d'écotourisme.

L'Office de Tourisme du Trièves a créé un enseigne en céramique pour les partenaires fabriquées par la potière Gervaise Camus Aussedat de Monestier de Clermont.

HÉBERGEMENT	PROPRIÉTAIRE GÉRANT	COMMUNE	NIVEAU D'ÉCOTOURISME
CHAMBRES D'HÔTES			
Les Gachets	Liselotte Syberg	Cordéac	4 Feuilles
Le Cris-Cath – Chambre d'Hôtes + Gîte	Christian Zanardi et Catherine Pitiot	Tréminis	3 Feuilles
Aiguillette Lodge	Franck Grabias et Hélène Levadoux	Gresse-en-Vercors	3 Feuilles
La Casa des Achards – Chambre d'Hôtes + Gîte	Lucas Signor	Chatel en Trièves	3 Feuilles
GÎTES			
La Petite Grange de Mens	Olivier Dodinot et Catherine Vanrie	Mens	3 Feuilles
Le Shack sur Le Lac	Greg Lepez	Treffort	3 Feuilles
Gîte de l'Esquiro	Hélène et David Foglar-Loose	Chatel en Trièves	4 Feuilles
Gîte La Plume de l'Oiseau	Valérie Salé	Tréminis	3 Feuilles
La Poulanerie – Gîte Paysan Meublée	Laurie Scrimgeour et Maxime Poulat	Prébois	1 Feuille
Éco gîte Olympe des Gouges	Pascale Perrin	Tréminis	4 Feuilles
GÎTES DE GROUPE			
Vilanat Les Ombelles – Chambre d'Hôtes et Roulotte La Petite Ours	Bernadette Kopacz	Lalley	4 Feuilles
Gîte de Préfaucou et gîte Serre Bertra	Valérie Goutel	Mens	3 Feuilles
CAMPING / CABANES INSOLITES			
Insolites du Vercors, la Cabane des Cerfs, la Tanière des Loups, la Remise de la Bécasse	Marie-France Baurens	St-Paul-les-Monestier	3 Feuilles
La Poulanerie : la Cabane du Renard et Yourte Meublée de Kirghizistan	Laurie Scrimgeour et Maxime Poulat	Prébois	4 Feuilles
Nuits de Cimes	Maryline Chavrier	Château Bernard	4 Feuilles
La Ferme de Pas de l'Aiguille – camping, roulettes, chambre	Eric Vallier	Chichilianne	3 Feuilles
SITE TOURISTIQUE			
Terre Vivante	Olivier Blanche	Mens	3 Feuilles

La Route des Savoir-Faire du trièves

La Route des Savoir-Faire a été mise en place pour valoriser le patrimoine triévois avec le but de faire découvrir l'identité du territoire à travers ses savoir-faire spécifiques.

En construisant des liens entre agriculteurs, artisans, entreprises culturelles, cette formule constitue un outil de développement territorial en même temps qu'un moyen original de communication touristique. La Route des Savoir-Faire en Trièves émerge comme une réponse concrète aux enjeux de la préservation de l'artisanat local et de la promotion d'un tourisme respectueux de l'environnement et des cultures.

Historique des membres de la route des savoir-faire

ANNÉE	Membres	Nouveaux	Perdus	Artis- naux	Agricoles	Culturels
2025	28	1	4	10	10	8
2024	31	3	14	12	11	8
2023	42	4	7	16	18	8
2022	45	3	2	18	19	8
2021	44	-	-			
2020	35	-	-	18	19	7
2019	33	-	-	10	17	6
2018	33	-	-	10	18	5

Les activités DE PLEINE NATURE



Entre Vercors et Dévoluy, le Trièves surprend par la richesse des activités de pleine nature, support de la découverte du territoire.

850 km de sentiers de randonnée balisés entretenus par la Communauté de Communes du Trièves identifiés sur une carte des sentiers de randonnée éditée en collaboration avec le Parc du Vercors.

53 itinéraires détaillés disponibles sur un moteur de recherche en ligne sur www.trieves-vercors.fr avec en téléchargement gratuit topo détaillé + trace GPX + lien vers l'application Open runner.

Des itinérances :

- > **à pied** avec le Tour de l'Obiou en 4 jours qui sera ouvert en 2026 ainsi que des itinéraires 2 jours / 1 nuit comme le tour du Mont-Aiguille, 3 jours / 2 nuits comme au pied des géants du Vercors ainsi que de multiples autres possibilités sur la Réserve Naturelle Nationale des Hauts-Plateaux du Vercors ;
- > **à VTT** avec la Grande Traversée du Vercors qui part de Grenoble et arrive à Lus en traversant le Trièves ;
- > **à cheval** avec la boucle « au pied du Mont-Aiguille » en 5 jours mise en place par l'association départementale Isère Cheval Vert.

Des sites majeurs avec des pics de fréquentation au moment des ponts du printemps et des week-ends de l'été : passerelles himalayennes du lac de Monteynard-Avignonet (environ 100 000 passages par an) ; Pas de l'Aiguille (environ 16 000 montées par an) ; Réserve Naturelle Nationale des Hauts-Plateaux du Vercors, Grand-Veymont.

- > **6 circuits trails** balisés au Col de l'Arzelier.
- > **3 centres équestres partenaires** ainsi que **2 circuits** à la journée mis en place par Isère Cheval Vert.
- > **9 circuits cyclotourisme** identifiés sur une carte vélo avec en téléchargement gratuit sur www.trieves-vercors.fr topo détaillé + trace GPX + lien vers l'application Open runner. Et bientôt un **Grand Tour du Vercors à Vélo** qui traversera le Trièves. **34 itinéraires VTT** composent un site VTT labellisé Fédération Française de Cyclisme. Ils sont identifiés sur une carte VTT avec en téléchargement gratuit sur www.trieves-vercors.fr topo détaillé + trace GPX + lien vers l'application Open runner.
- > **10 accompagnateurs** en montagne partenaires de l'Office de Tourisme du Trièves.
- > **Des activités sur ou dans l'eau** : canyoning, kitesurf, planche à voile, windfoil, canoë, baignade...
- > **Des activités dans les airs** : parapente, deltaplane, saut à l'élastique...
- > **Des activités sur les rochers ou les arbres** : escalade, via corda, alpinisme, ascension du Mont-Aiguille, accrobranche...
- > **Des activités sportives** : 11 parcours d'orientation ludiques, tir à l'arc, golf nature, disc golf, marche nordique...
- > **Des activités sur la neige** : ski alpin, ski nordique, luge, raquettes à neige, ski de rando, et raquettes à neige... **1 station de ski alpin** à Gresse-en-Vercors avec **27 pistes**. **2 sites nordiques** : Gresse-en-Vercors avec **50 km de pistes**, Chichilienne avec **43 km de pistes**. **3 sites avec des circuits balisés pour les raquettes à neige** : Gresse-en-Vercors, Chichilienne et Tréminis.

LE SERVICE TOURISME,

l'Office de tourisme et les chiffres clés



Le service de développement touristique de la Communauté de communes est également l'Office de Tourisme du Trièves. Il assure la promotion et le développement touristique du territoire, il en définit la stratégie et met en œuvre les actions structurantes.

L'Office a retenu un modèle de partenariat payant. S'il maintient une base de données complète des professionnels, **il valorise en priorité, dans ses supports de communication, les partenaires engagés** (hébergeurs, restaurateurs, prestataires d'activités, sites de visite). **Un guide du partenariat**, actualisé chaque année, précise les prestations, les engagements réciproques et les tarifs.

À compter d'avril 2026, **l'Office de tourisme installera son accueil au sein de la Maison de Pays à Clelles**, dans la zone de la Croisette, en bordure de la RD1075. Le projet intègre également un espace de découverte dédié au Trièves, offrant une présentation des dimensions artistiques, culturelles, historiques, agricoles et naturelles du territoire.



MISSIONS PRINCIPALES

L'Office de Tourisme du Trièves a pour missions essentielles :

- > l'accueil et l'information des touristes ;
- > la coordination des acteurs touristiques locaux ;
- > la promotion et la valorisation du territoire ;
- > le développement du tourisme ;
- > la commercialisation.

PROMOTION DU TERRITOIRE

L'Office de Tourisme met en valeur les atouts du Trièves ;

- > patrimoine naturel ;
- > activités de pleine nature ;
- > patrimoine culturel ;
- > produits locaux.

SERVICES PROPOSÉS

L'Office de Tourisme offre divers services aux visiteurs ;

- > documentation touristique ;
- > informations sur les activités et sites à visiter ;
- > accueil téléphonique et par email toute l'année ;

SERVICES AUX PARTENAIRES

- > promotion sur brochures et site web ;
- > formations : Apidae, communication, digital ;
- > service de réservation en ligne ;
- > traduction de leurs fiches Apidae en Anglais ;
- > conseils personnalisés.

Les services sont détaillés dans le Guide du partenariat.



UN RÉSEAU D'ACCUEIL INNOVANT

Suite à la création de la **Communauté de communes du Trièves en 2012**, 3 bureaux d'information touristique sur 5 ont fermé. Les bureaux de Gresse-en-Vercors et de Mens sont alors restés en place directement gérés par le service Tourisme jusqu'en 2023 pour Gresse et 2025 pour Mens. Les périodes d'ouverture et l'éloignement géographique pour certains vacanciers du territoire étaient un frein à la bonne diffusion de l'information et à l'accueil. Des points infos communaux existaient déjà, mais sans réel lien ni cadre légal.

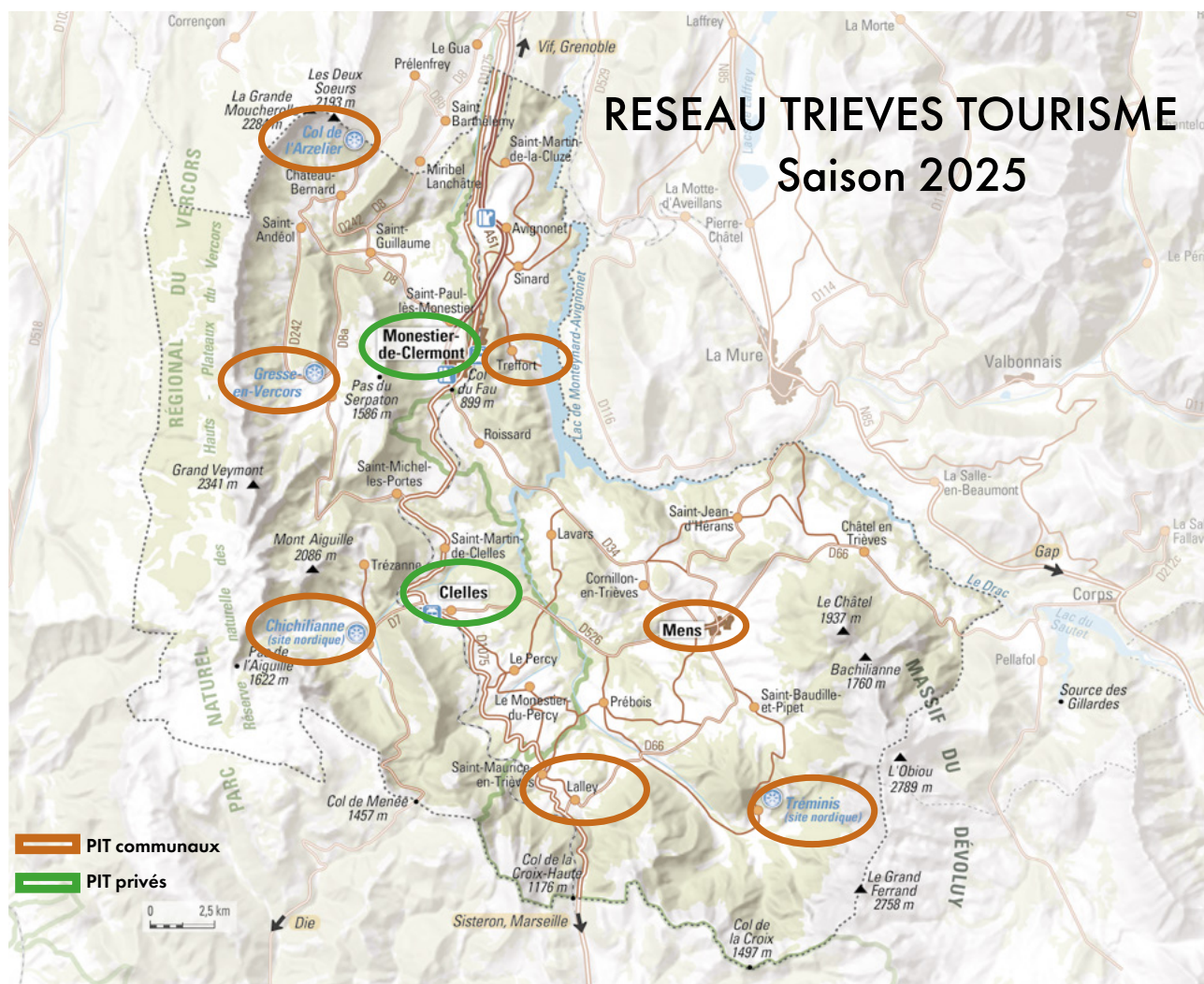
En 2020, une étude lancée avec le consultant Jean-Luc BOULIN a orienté les élus vers la création d'un réseau de Points d'Information Touristique (PIT) afin d'optimiser et d'harmoniser l'accueil touristique sur les 27 communes du Trièves.

Chaque vacancier et habitant peut ainsi avoir accès à une information de premier niveau au plus proche de son lieu de résidence et à la documentation élaborée par l'Office de tourisme du Trièves présentant l'offre du territoire.

Le Service Tourisme coordonne aujourd'hui un réseau de **9 points d'information touristique (PIT)** publics ou privés répartis sur l'ensemble du territoire. Le tourisme étant une compétence de l'intercommunalité, une convention est signée entre la communauté de communes et chaque commune ou partenaire privé. Elle recense les obligations et engagements de chacun.

Liste des Points d'Information Touristique en 2025 :

- > Mens ;
- > Gresse-en-Vercors ;
- > Treffort (Lac de Monteynard-Avignonnet) ;
- > Lalley ;
- > Chichilienne ;
- > Clelles
- > Tréminis ;
- > Col de l'Arzelier ;
- > Monestier-de-Clermont.





DES JOURNÉES DE FORMATION ET DE COHÉSION

Lors de la création d'un PIT, **une demi-journée de formation est réalisée avec les agents d'accueil** par l'équipe de l'Office de tourisme. Cette formation est proposée chaque année en amont de la saison. Cette formation comprend l'étude de la convention et des engagements réciproques, l'information sur les brochures mises à disposition, la navigation sur le site internet www.trieves-vercors.fr et ses nombreuses ressources, la connaissance et éventuellement l'utilisation de la base de données APIDAE, les agents des PIT pouvant être en renfort sur la saisie des événements de leur localité.

En plus, **3 à 4 temps annuels sont proposés :**

- **la bourse d'échange du Trièves** en avril, regroupe les partenaires et agents des PIT : échanges et distribution de documentation, rencontres entre acteurs et information sur les projets en cours ou à venir ;
- **la journée d'équipe en juin**, permet de préparer la saison et constitue un moment de cohésion entre l'équipe de l'Office de Tourisme et les agents des PIT. Une visite de sites et une formation sont prévues durant cette journée et le thème de formation varie chaque année (pastoralisme, forêt...) ;
- **le bilan de saison** en octobre est l'occasion de revenir sur les points forts et les points à améliorer. C'est une nouvelle opportunité pour découvrir un site et/ou profiter d'une intervention par un professionnel ;

Tout au long de l'année, une visite mensuelle (à minima) est programmée pour le réapprovisionnement en brochures et pour faire un point régulier et communiquer toute information importante. Des outils sont également mis à disposition dans un dossier partagé, dont un livret pratique à destination des agents des PIT pour leur permettre de connaître « l'essentiel ».

Une signalétique PIT et un présentoir estampillés Trièves sont aussi livrés aux PIT pour y déposer les brochures de l'Office de Tourisme du Trièves et celles des partenaires qui le souhaitent.

AUTRES ACTIONS DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

En s'appuyant sur le Schéma de Développement Touristique validé par les élus en 2019, l'Office de tourisme, en tant que **service tourisme de la Communauté de communes du Trièves**, a mis en oeuvre des actions pour favoriser à la fois l'écotourisme et l'accueil des familles :

- les **outils ludiques de découverte** : 3 jeux grandeur nature développés à Gresse-en-Vercors, Mens et Tréminis sur les thèmes de la Résistance, du patrimoine et de la forêt ; 1 jeu de cartes Drac Attaque vendu à l'Office de tourisme qui valorise les villages et les savoir-faire ; une oeuvre artistique sur le thème de la Résistance positionnée à la Maison de Pays ;
- le **Tour de l'Obiou** : un parcours de 4 jours en itinérance sportive labellisé sentier GRP (Grande Randonnée de Pays) par la Fédération Française de Randonnée, porté en partenariat avec la Matheysine et le Dévoluy ;
- la **refonte de la base VTT** pour mieux adapter les circuits aux clientèles d'aujourd'hui ;
- l'élaboration d'un **catalogue d'offres décarbonées** pour répondre à la demande croissante de séjours sans voiture ;
- l'aménagement d'un **espace de découverte** au sein de la Maison de Pays du Trièves pour comprendre le Trièves sous ses différentes facettes : agricole, culturelle, historique, humaine, naturelle.

L'Office de tourisme mène aussi des actions avec d'autres services de la communauté de communes comme la mise en place du sentier Berger/Giono avec le service culture ou encore l'étude pour améliorer la mobilité au départ et vers les gares menée avec le service transitions.

Enfin, l'Office de tourisme est en appui des communes pour leurs projets touristiques, par exemple :

- mise en place de **sentiers en boucle** au départ de Mens ;
- étude pour **la transition des communes du Balcon Est** (Gresse-en-Vercors, Saint-Andéol, Château-Bernard) ;
- étude **prospective du Lac de Monteynard-Avignonnet** : rédaction du cahier des charges ;
- mise en place de **circuits VTT à Château-Bernard** et de **parcours de ski de randonnée** à Gresse-en-Vercors.



DES CHIFFRES CLÉS

Fréquentation des bureaux et des points d'information touristique (PIT)

L'Office de tourisme du Trièves a géré les Bureaux d'Information Touristique (BIT) de Gresse-en-Vercors jusqu'en décembre 2022 et de Mens jusqu'en janvier 2025.

En 2021, la fréquentation augmente nettement, avec un pic en août (55 % des contacts). L'hiver 2020-2021 reste marqué par le confinement et la fermeture des remontées mécaniques.

En 2023, une convention est signée avec la mairie de Gresse-en-Vercors pour créer le PIT. L'ouverture est réduite (2 jours de fermeture par semaine entre février et mars), contrairement à 2022. La délocalisation du PIT en station durant quatre week-ends de vacances entraîne une forte baisse de fréquentation, le bâtiment des remontées étant peu identifié malgré la documentation disponible aux caisses extérieures.

En 2024, l'hiver est marqué par un manque d'enneigement à Gresse-en-Vercors.

En 2025, une convention est conclue avec la mairie de Mens pour l'ouverture du PIT, prévue le 6 avril.

La majorité des demandes reçues à l'Office de Tourisme portent sur les passerelles himalayennes, les idées de randonnées (notamment en itinérance), le bivouac, les chiens de protection, la Réserve Naturelle des Hauts Plateaux, ainsi que les activités familiales, animations et événements.

Les manques identifiés :

- > **des lieux de baignade** type lac ou lieux de cascades souvent demandés, avec les étés plus chauds, caniculaires; il n'y en a pas sur le territoire ;
- > **des activités intérieures** à faire en cas de mauvais temps qui sont peu nombreuses (Musées, Route des Savoir-Faire) ;
- > **la mobilité intérieure**, notamment entre Monestier-de-Clermont et Gresse-en-Vercors ; Monestier-de-Clermont vers la base nautique de Treffort et Clelles vers Mens.

Les demandes adressées à l'Office de Tourisme et aux PIT sont désormais très ciblées : les visiteurs trouvent facilement les informations de base sur smartphone, ils sollicitent surtout une aide pour organiser une randonnée ou un séjour de plusieurs jours, ce qui exige du temps et des compétences.

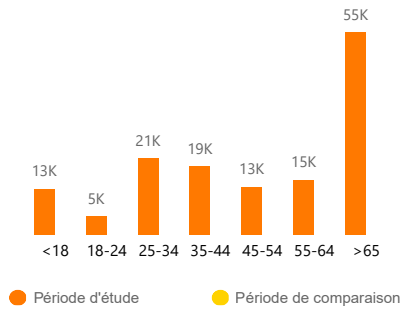
ANNÉE	Visit Mens	Visit GeV	Visit GeV hiver	Visit Mens juill. / Août	Visit GeV juill. / Août	TOTAL
2024	5500	3500	700	4000	2400	9000
2023	5650	4200	1200	3600	2300	9850
2022	5800	4800	2200	3800	2600	10600
2021	6500	5300	2100	4200	2900	11800
2020	covid	5300	1600	covid	covid	-
2019	8800	covid	1500	5400	2800	13100
2018	-	4511	1480	2506	-	-



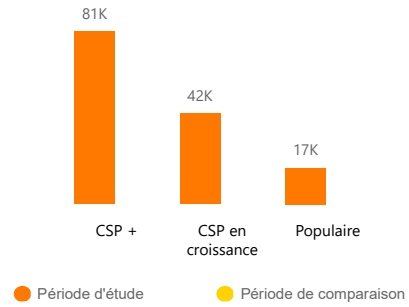
Flux vision tourisme

Depuis plus de 6 ans, l'Office de tourisme du Trièves a une convention avec Isère Attractivité pour bénéficier de l'outil Flux Vision Tourisme qui permet, grâce à la téléphonie mobile, de disposer de chiffres de fréquentation du territoire par les touristes et les excursionnistes. L'outil donne aussi la provenance des visiteurs. L'utilisation des données téléphoniques est strictement anonyme.

Tranche d'âge des visiteurs



Segmentation par CSP



Nuitée nationaux + internationaux

du 1 janvier 2024 au 31 décembre 2024

493,00K
nuitées

+28,08% nuitées

Nuitée nationaux

du 1 janvier 2024 au 31 décembre 2024

362,36K
nuitées

+30,06% nuitées

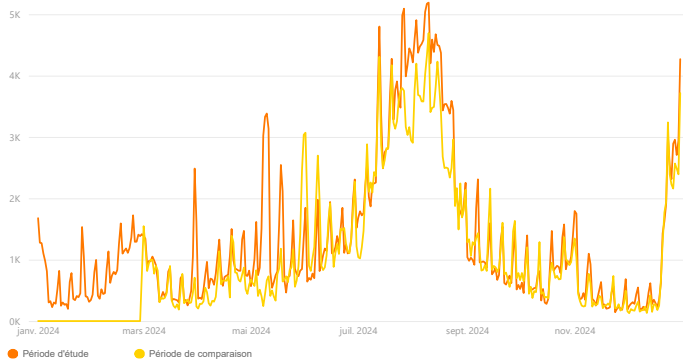
Nuitée internationaux

du 1 janvier 2024 au 31 décembre 2024

130,64K
nuitées

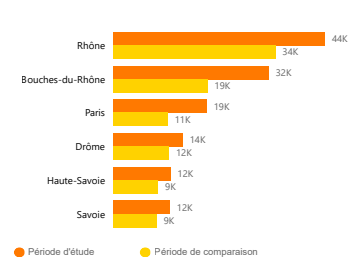
+22,91% nuitées

Fréquentation en nuitée



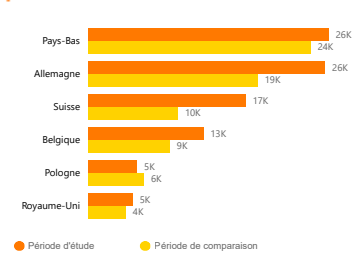
Top origine nationaux

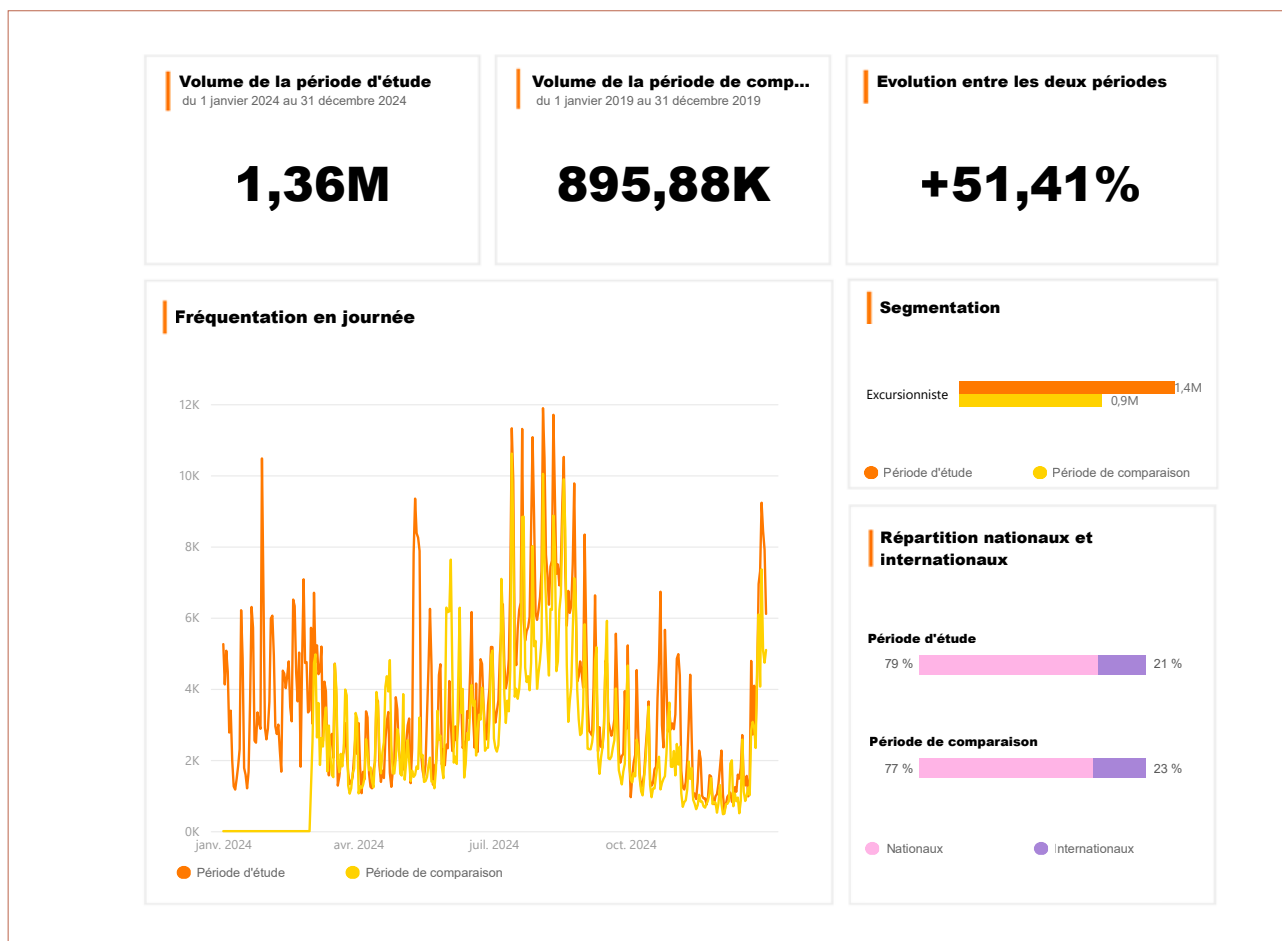
du 1 janvier 2024 au 31 décembre 2024



Top origine internationaux

du 1 janvier 2024 au 31 décembre 2024





La taxe de séjour

La taxe de séjour au réel s'applique à l'année sur les 27 communes du Trièves.

Deux périodes de recouvrement sont en vigueur:

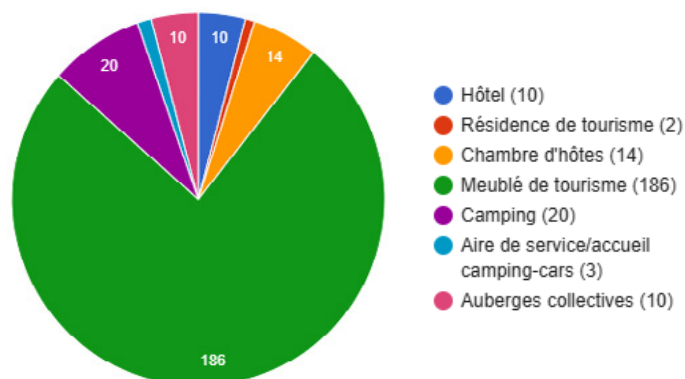
- > déclaration avant le 30 avril de l'année en cours pour la période du 1er octobre au 31 mars.
- > déclaration avant le 30 octobre de l'année en cours pour la période du 1er avril au 30 septembre.

La gestion et le suivi des déclarations de la taxe de séjour se font sur la plateforme 3DOUEST depuis 2019.

L'Office de tourisme recense 207 hébergeurs déclarés, 246 hébergements recensés et 5081 lits touristiques marchands sur la plateforme de la taxe de séjour. Les plateformes de paiement en ligne (Airbnb, Booking, Gîtes de France...) collectent et reversent la taxe de séjour.

ANNÉE	Déclaré sur 3DOuest	Versé par plateformes (airbnb, booking...)	TOTAL
2022	77 324,47 €	46 052,29 €	123 376,76 €
2021	76 520,20 €	42 616,10 €	119 136,30 €
2020	74 617,11 €	38 689,04 €	113 306,15 €

Nombre d'hébergements par catégorie au 10/12/2025 (245)



Promotion et communication

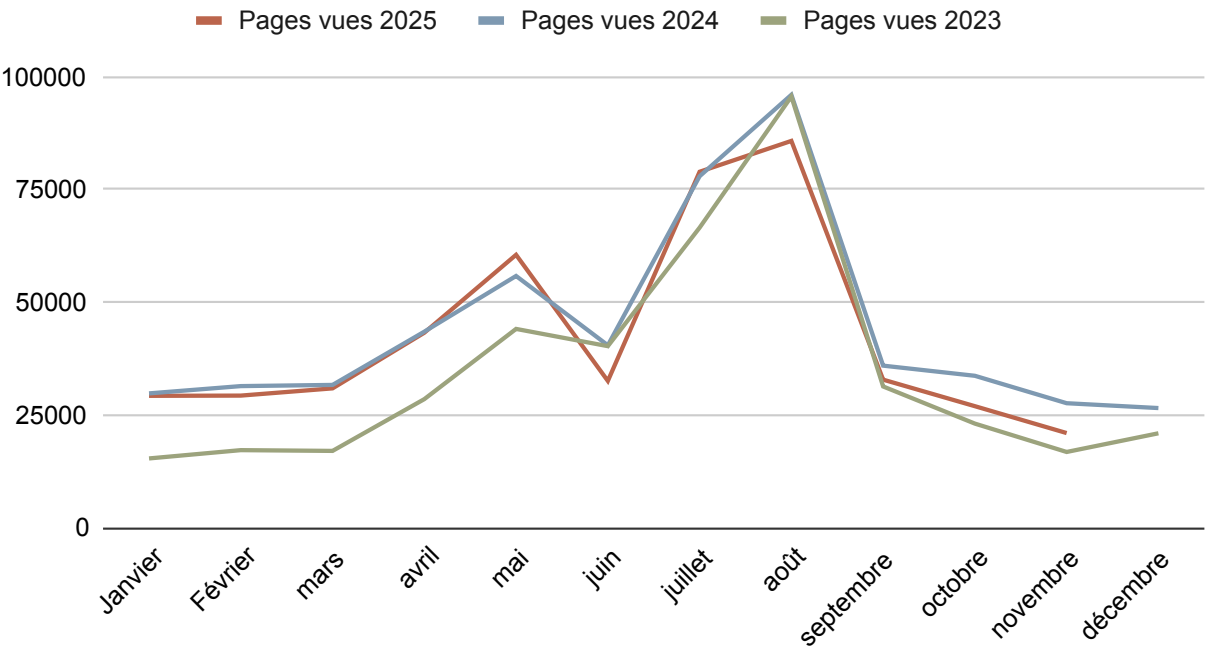
LE SITE INTERNET

Pages vues du site internet
Evolution
2025 : mi octobre

Année	2023	2024	2025
Pages vues	420102	530530	466801
Utilisateurs uniques	238582	315453	271481

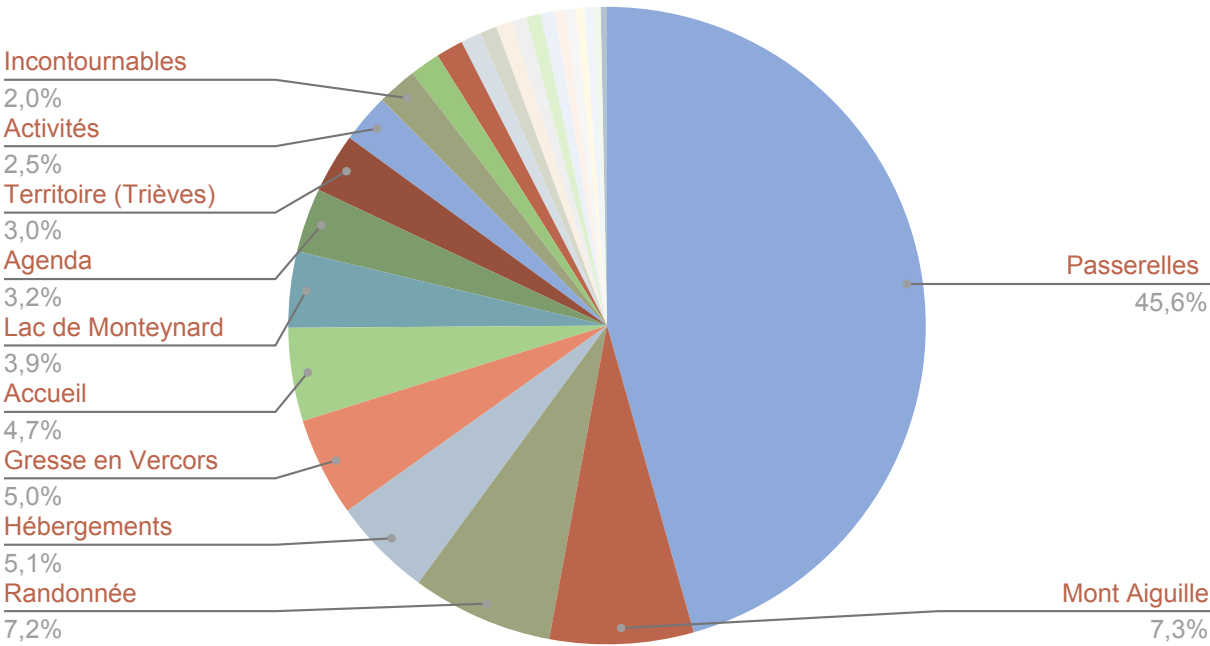
Pages vues du site internet / Evolution / 2025 : mi octobre

Pages vues - trieves-vercors.fr

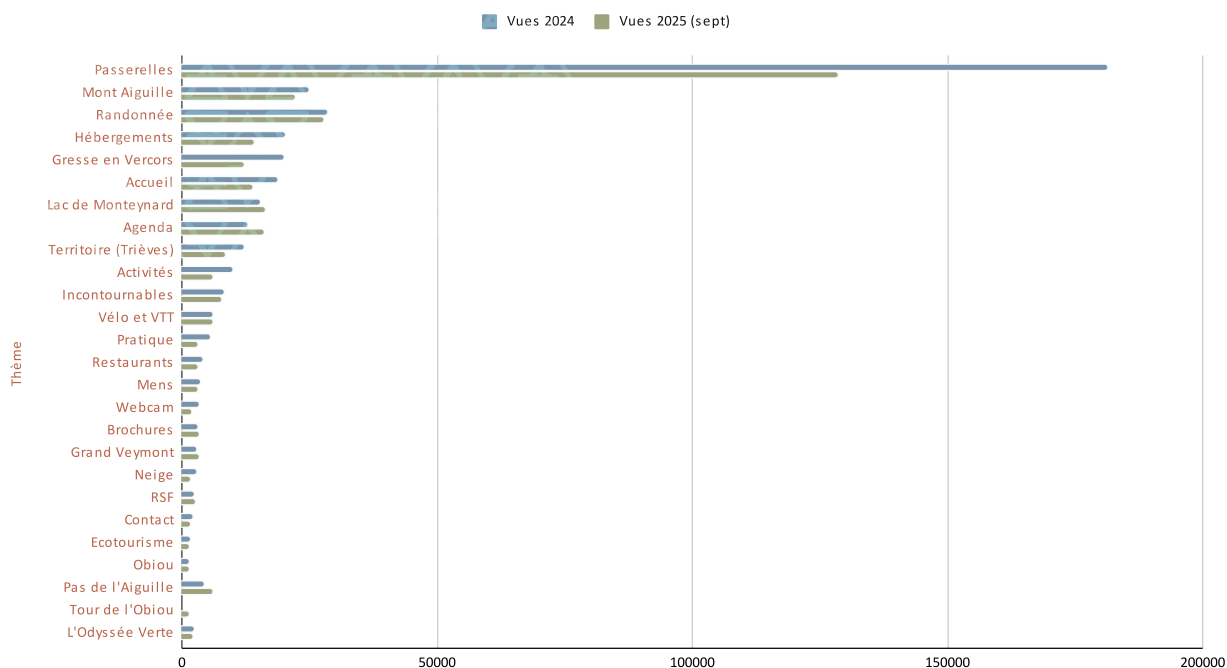


Nombre total de pages vues du site internet trieves-vercors.fr, réparties sur une année entre 2023 et 2025 (année incomplète), confirmant la régularité saisonnière des pics de connection et de fréquentation.

Vues 2024 par thèmes

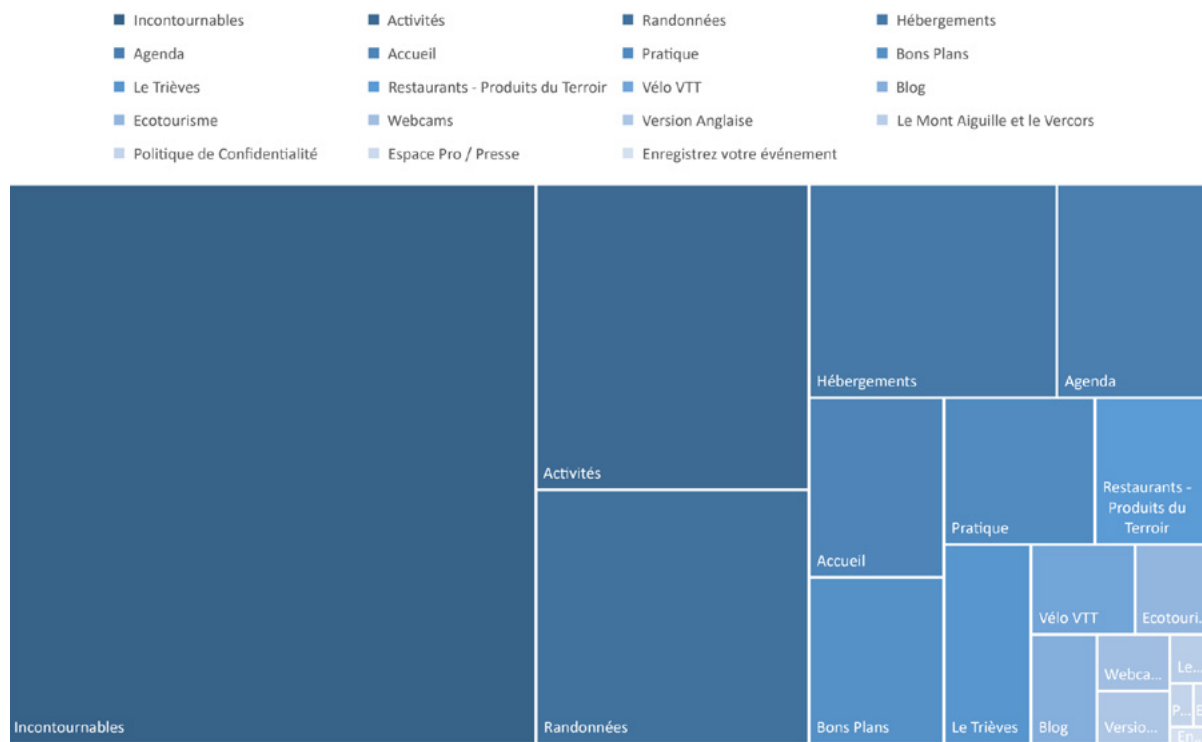


➤ Thèmes des pages les plus consultées - trieves-vercors.fr



Thèmes des pages les plus consultées : ventilation par centre d'intérêt des utilisateurs, concentrée sur les 50 pages les plus vues du site internet

➤ Répartition des vues par URL 2025



RÉSEAUX SOCIAUX

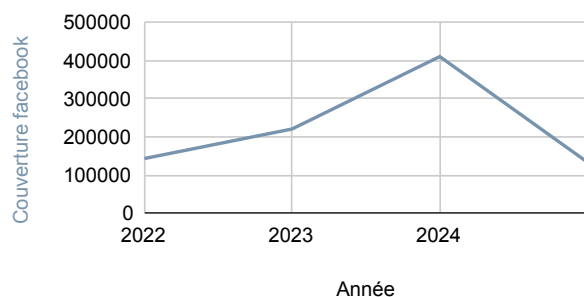
L'évolution constante du nombre d'abonnés sur Facebook comme sur Instagram témoigne du dynamisme de ces deux réseaux. Facebook s'affirme de plus en plus comme un réseau de proximité, valorisant la fierté, l'appartenance et le lien communautaire ; il constitue ainsi, pour l'Office de Tourisme, **un outil privilégié de communication**.

	2025	2024	2023	2022	2021
Total followers Insta	3830	3292	2898	2877	2370
Total followers Facebook	11452	11363	11211	10818	10345

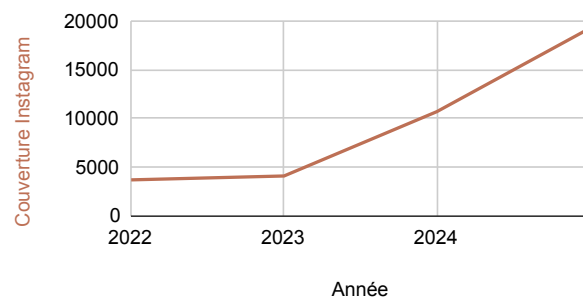
> Couverture des comptes de Réseaux Sociaux

La mesure des vues devient de plus en plus complexe en raison des fonctionnalités de partage et de collaboration. Il est donc préférable de s'appuyer sur l'indicateur de couverture, permettant d'évaluer le nombre de comptes effectivement touchés par les publications et leurs interactions. Si la progression de Facebook se poursuit, elle s'avère toutefois moins marquée sur la dernière année, tandis qu'Instagram connaît, pour sa part, une croissance exponentielle.

Couverture facebook



Couverture Instagram



APIDAE

Il s'agit de la base de données touristiques qui regroupe l'ensemble des acteurs du territoire : hébergeurs, restaurateurs, prestataires d'activités, sites, commerces, artisans d'art et producteurs partenaires. Cette base constitue l'outil central d'alimentation du site web de l'Office de Tourisme ainsi que de ceux d'Isère Attractivité et d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme. Elle sert également de ressource pour les médias, qui y puisent les informations nécessaires à la réalisation, notamment, des agendas d'événements. Elle représente donc un outil indispensable pour les acteurs du tourisme, pour l'Office de Tourisme du Trièves et pour ses partenaires. Sa mise à jour repose sur la contribution de chacun, afin de garantir des informations constamment actualisées.

915 objets touristiques (fiches apidae) présents au total sur le site

Nombre total de fiches dans le Trièves : 1898, dont :

- > **283** structures d'hébergements ;
- > **59** prestataires d'activités ;
- > **38** producteurs ;
- > **51** Restaurateurs ;
- > **71** Commerces ;
- > **38** Services ;
- > **83** associations ;
- > **42** Institutions et structures publiques ;
- > **203** événements ponctuels ou récurrents ;
- > **3** domaines skiables (alpin ou nordique) ;
- > **33** sites de patrimoine culturel ;
- > **14** sites de patrimoine naturel ;
- > **55** itinéraires de randonnée ou parcours thématiques ;
- > **47** itinéraires vélo et vtt ;
- > **130** équipements sportifs / bien être.

NEWSLETTERS

Ces outils ont pour objectif de promouvoir le Trièves, en particulier ses nouveautés, auprès des abonnés via la newsletter externe, adressée aux visiteurs, ainsi que d'informer les professionnels du tourisme sur l'ensemble des sujets susceptibles de les concerner : déclaration de la taxe de séjour, réglementation, appels à partenariat, nouveautés, formations, etc.

Total des contacts : 1693

Socio professionnels du Trièves : 607 contacts

**Dont les partenaires 220 contacts
(RSF et les partenaires exonérés inclus)**

NEWSLETTER INTERNE

La lettre d'information destinée aux socioprofessionnels est envoyée à :

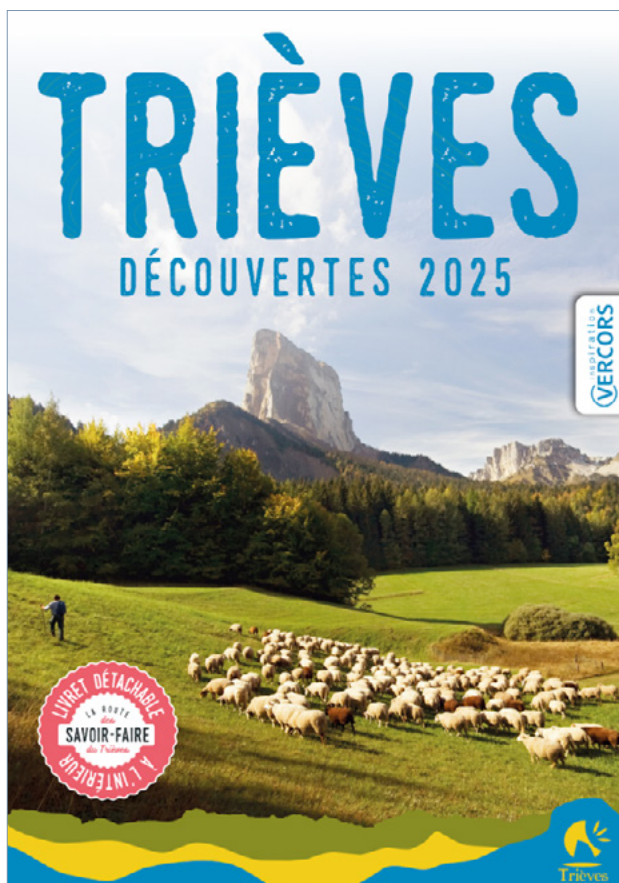
- > tous les socioprofessionnels du Trièves ;
- > aux partenaires de l'Office de tourisme ;
- > aux élus de la Communauté de communes.

NEWSLETTER EXTERNE

Envoyée 4 fois par an, une par saison, cette lettre d'information est adressée aux 1100 contacts provenant de la base historique Mailchimp et des inscriptions sur le site internet www.trieves-vercors.fr. Elle est aussi envoyée aux socio-professionnels du Trièves.

Newsletter externe	2025 (août)	2024
Moyenne mails envoyés par campagne	813	335
Taux d'ouverture moyen	55 %	53 %
Taux de clic moyen	11,00 %	11 %

Newsletter interne	2025	2024
Moyenne mails envoyés par campagne	330	338
Taux d'ouverture moyen	60 %	60 %
Taux de clic moyen	7,80 %	10 %



LES BROCHURES

Celles-ci sont produites par l'Office de tourisme (nombre d'exemplaires imprimés)

En complément de ces brochures, l'Office de tourisme édite une brochure numérique des hébergements de groupes et centres de vacances.

Brochures	2025
Découverte&RSF	7000
Hébergements	4000
Ecotourisme	1200
Idées rando	800
Carte vélo	5000
Carte VTT	3000
Sets de table	21000
Agendas juillet	1600
Agendas août	2000
Livret Gresse été/hiver	5000

OPEN PRO : SERVICE DE RÉSERVATION EN LIGNE

Ce service est proposé gratuitement aux hébergeurs partenaires de l'Office de tourisme afin de mettre en ligne leurs lits touristiques.

30 %
des hébergeurs
ont demandé ce service

104
hébergeurs sur le territoire
en 2025

29
ayant demandé ce service
(meublés, campings...)



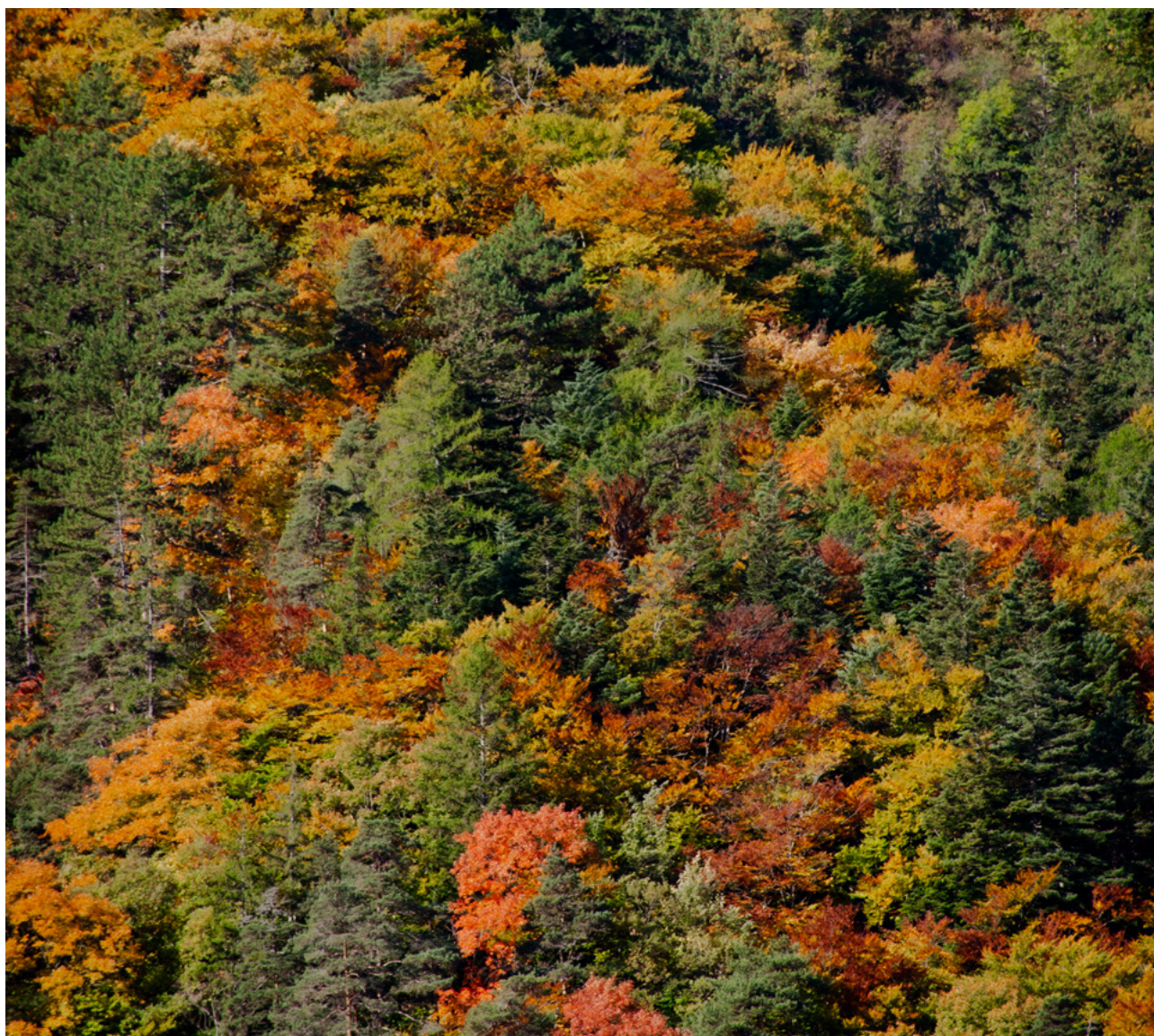
MATRICE

Forces, faiblesses, opportunités, menaces

Cette matrice non exhaustive est le résultat d'un travail réalisé avec les participants aux différentes réunions, elle est donc le reflet de la vision de la centaine de personnes qui a suivi les travaux.

FORCES	FAIBLESSES
LES AMÉNITÉS	LA MOBILITÉ
Paysages, géographie et nature exceptionnels et variés. Réserve, Parc Naturel Régional du Vercors, Réserve Internationale de Ciel étoilé, le Mont-Aiguille, le Grand Veymont	Offre faible de transport en commun pour arriver dans le Trièves, horaires inadaptés.
Diversité et ouverture du territoire Histoire / Culture / Activités / Savoir-Faire	Peu de transport alternatif à la voiture individuelle entre communes et vers les sites touristiques.
Savoir-Faire = expertise et expérience extraordinaire à partager avec les visiteurs et habitants	Temps de route / accessibilité / géologie / géographie
Les producteurs locaux sont nombreux et dynamiques	LES HÉBERGEMENTS
Maillage de sentiers valorisant les points de vue	Le manque d'hébergements (nombre et type) notamment les hébergements à la nuitée
Des secteurs complémentaires (lac, station...)	Les loueurs qui ne sont pas présents pour l'accueil (boîte à clé)
Des pionniers de l'innovation (Terre Vivante, Domaine des Hautes Glaces ; Vignes et vigneron ; la Maison ateliers...)	Quelques hébergements vieillissants qui doivent s'adapter notamment énergétiquement
Territoire méconnu donc fréquentation modérée	LA FRÉQUENTATION
Authenticité : « vrais villages » avec vie à l'année et commerces dynamiques	Certains sites sont vite saturés ou très fréquentés pendant que d'autres manquent de fréquentation
Socle écologique / Patrimoine bâti remarquable	En été, la fréquentation est concentrée du 15 juillet au 15 août
Équilibre des activités	Peu de visibilité par rapport à d'autres territoires
L'APPORT ÉCONOMIQUE	Les printemps et automne (vacances) pas assez fréquentés
Lieu de passage	L'OFFRE
Des acteurs touristiques bien ancrés sur le territoire	Manque de grands événements
Le tourisme s'appuie sur un réseau associatif et culturel très vivant	Trop peu d'offres faciles à identifier pour les enfants et les différentes cibles
Contribution du tourisme à l'économie locale (agriculture, commerce, transports...)	Un parcours client pas toujours facile (réservation, lisibilité de certaines offres)
Grosse source d'emplois dans le Trièves	AUTRES
VIE LOCALE	L'opposition des avis / le repli sur soi / la crainte du changement
Équilibre des activités	Moyens financiers pour les projets touristiques privés
Un territoire déjà sensible, actif sur l'écologie, la préservation	Manque de coopération et de réseau entre hébergeurs et prestataires, manque de travail collectif
Capacité de faire ensemble / les gens se connaissent	
Projet Dynamique / Partage – Accueil / Force économique et sociale / Rayonnement / Appartenance à un lieu	

OPPORTUNITÉS	MENACES
Courant de retour à la nature et de ressourcement, alimentation saine et locale	Manque de neige
Courant de désir de sports doux : marche, vélo, itinérance	Détérioration des espaces naturels et des sites
Envie grandissante de liberté et de grands espaces	Ressources en eau / évolution climatique
Une clientèle plus sensible à la transition	Incivilités touristiques
Métropoles proches / Besoin de nature et de sens	Maîtrise du tourisme « de masse », surfréquentation de certains sites
L'arrivée en continu de nouveaux habitants actifs dans le Trièves	Manque d'engagement, inertie, démotivation des acteurs
Des acteurs touristiques jeunes et nouveaux	Non appropriation de la stratégie par les socioprofessionnels et les élus
Éducation et sensibilisation des visiteurs en partage	Moyens financiers en baisse
La marque Inspiration Vercors : diffusion de valeurs communes / collectif	Individualisme / dogmatismes / isolement / peur de l'avenir
S'appuyer sur les grands événements pour la promotion du Trièves	Trouver l'équilibre avec les attentes des populations
Diversité de compétences et de projets	Le trafic sur la RD75 (camions)
Un climat frais agréable 1000 m	



02.

⇒ POSITIONNEMENT ⇒



La marque
TRIÈVES – VERCORS



Le Trièves communique depuis plus de 10 ans maintenant sur la marque Trièves-Vercors.

CONTEXTE ET JUSTIFICATION

Le Trièves : un pied dans le Vercors, un pied dans le Dévoluy, comprend **27 communes**.

11 sont adhérentes du Parc Naturel Régional du Vercors : Château-Bernard, Chichilienne, Clelles, Gresse-en-Vercors, Le Percy, Monestier-du-Percy, Saint Andéol, Saint Guillaume, Saint Michel-les-Portes, Saint-Martin-de-Clelles, Saint-Paul-lès-Monestier. Mens est ville porte.

Le Vercors est un massif connu au-delà de nos limites départementales pour :

- > la Résistance ;
- > les Jeux Olympiques d'hiver de 1968 ;
- > le Parc Naturel Régional ;
- > le centre de formation AFRAT à Autrans ;
- > le ski ;
- > les grands espaces et la Réserve Naturelle des Hauts Plateaux ;
- > le Mont-Aiguille et son voisin le Grand Veymont emblèmes à la fois du Vercors et du Trièves.

Le terme Vercors est donc une locomotive qui nous aide à promouvoir le Trièves, terme assez méconnu au-delà de l'Isère et du Rhône même si sa notoriété a bien progressé. L'Office de tourisme du Trièves et Inspiration Vercors font la promo-

tion des 27 communes du Trièves, en s'appuyant notamment sur des sites comme le Lac de Monteynard-Avignonnet et ses passerelles himalayennes, Gresse-en-Vercors, Chichilienne et le Mont-Aiguille, le bassin de Mens et le centre Terre Vivante.

LE COLLECTIF INSPIRATION VERCORS

Né d'une volonté collective de s'unir pour renforcer et valoriser l'image de marque du Vercors, le collectif Inspiration Vercors œuvre depuis plus de dix ans à une stratégie de promotion structurée autour de quatre valeurs fondatrices :

- > la transmission, ;
- > la protection, ;
- > le ressourcement ;
- > la liberté.

Les communautés de communes, les Offices de tourisme et le Parc Naturel Régional du Vercors investis dans la démarche décident et financent ensemble des actions à mener pour porter ces valeurs et promouvoir le Vercors.

Le label partner permet aux socioprofessionnels du tourisme de rejoindre la démarche et de valoriser leur structure et leur engagement au service du territoire.

Des actions tels que la participation à des salons sur la ran-



donnée, l'organisation de voyages de presse internationaux et d'instameet (accueil d'instagrameers sur le terrain), les émissions télé et radio, la communication commune sur les réseaux sociaux, la création de campagnes de communication, sont rendues possibles grâce à **l'union des territoires et l'apport technique et financier des différentes communautés de communes** (Diois, Trièves, Vercors Drôme, Saint Marcellin Vercors Communauté, Massif du Vercors) du Parc Naturel Régional du Vercors et de l'Agence d'attractivité de la Drôme.

Le Trièves qui porte haut l'écotourisme et le ressourcement se retrouve pleinement dans ces valeurs et participe activement par ses élus et ses techniciens au sein d'Inspiration Vercors (comité de pilotage, groupe des vice-présidents tourisme, comité technique et commissions de travail).



Les activités DE PLEINE NATURE



Au cours des 6 dernières années, le Trièves a poussé un positionnement écotourisme et ressourcement agrémenté d'activités de pleine nature diversifiées avec en premier lieu la randonnée pour tous, à pied, à vélo, à VTT, à cheval.

La promotion de l'écotourisme en Trièves est étayée par un label territoire écotouristique obtenu en 2009 dans le cadre d'une candidature auprès de la Région Auvergne Rhône-Alpes. Ce label différenciant a été développé avec la mise en place d'un catalogue de produits décarbonés et s'appuie également sur la découverte et le partage au sein de la Route des Savoir-Faire.

La randonnée est moins différenciante mais indispensable étant la demande numéro 1 des visiteurs. Aujourd'hui, l'itinérance qui n'était pas très dynamique retrouve un public nombreux, un travail reste à développer pour mieux répondre aux attentes.

Marchés
& CIBLES



MARCHÉS	CIBLES	SAISONS
Départemental	Excursionnistes pour lac et ski	Toute l'année
Départemental	Tourisme social	Vacances scolaires
Régional	Familles, randonneurs, éco- touristes, pratiquants d'activités nautiques	Printemps, automne, petites vacances
National	Amateurs de ski et autres activités hivernales	Hiver
National PACA Provence-Alpes-Côte d'Azur IDF Ile de France	Familles, randonneurs, éco-touristes	Vacances et week-end prolongés
Allemagne	Pratiquants d'APN sensibles au respect des usages et des lieux	Automne
Belgique	Séjours Nature : en recherche de ressourcement pour retrouver l'équilibre dans la Nature	Été / Hiver
Pays Bas	Écotouristes	Vacances scolaires : Hiver (février), Pâques, la Toussaint
Suisse	Randonnées et ressourcement	Week-ends fériés : les ponts de Mai
Tous	Résidents secondaires	Toute l'année
Ultra local	Habitants	Toute l'année



Plan de COMMUNICATION



ACTUELLEMENT LA COMMUNICATION REPOSE SUR :

- > **le site web** entièrement refondu en 2023 ;
- > **les réseaux sociaux** Facebook et Instagram et des collaborations avec Inspiration Vercors ;
- > **les salons** du Randonneur et Primevère à Lyon ;
- > **des voyages de presse** organisés avec Inspiration Vercors et/ou Isère Attractivité choisis selon nos cibles et notre positionnement ;
- > **des communiqués et articles de presse** choisis et selon les opportunités ;
- > **le lancement des saisons hivernales et estivales** en partenariat avec Isère Attractivité ;
- > **un plan de communication** plus construit devra être élaboré et mis en place après la validation de la stratégie.

LE TRIÈVES DANS LA PRESSE

Le Trièves a su se positionner de manière stratégique dans la presse en mettant en avant ses atouts uniques en matière d'écotourisme et de nature préservée. La communication se concentre sur des actions ciblées, en collaborant avec des médias locaux, nationaux et internationaux pour faire connaître sa démarche pionnière. L'Espace Pro du site www.trieves-vercors.fr inclut une archive des articles de presse.

Types d'actions presse et leur impact

- > **Dossiers de presse et communiqués de presse** : le Trièves utilise ces outils pour informer les journalistes des événements marquants, des lancements d'initiatives (comme les séjours sans voiture) et des nouveautés. Ces documents mettent souvent l'accent sur les thèmes de l'écotourisme, des activités de pleine nature, du tourisme responsable, de la transition écologique et des valeurs du territoire. Ils servent de base aux journalistes pour rédiger leurs propres articles et reportages.
- > **Articles et reportages** : l'approche écotouristique du Trièves attire l'attention de nombreux médias, de la presse spécialisée (tourisme, nature, vélo) à la presse grand public. Des magazines comme Village Magazine ont mis en lumière la démarche « pionnière » des séjours décarbonés, tandis que des médias comme Ici Isère

(ex France Bleue Isère) ou la RTBF (radio-télévision belge de la Fédération Wallonie-Bruxelles) ont réalisé des reportages sur les hébergements insolites, les artisans locaux et la beauté des paysages. Ces articles et reportages permettent de toucher une large audience et de donner une image authentique et engagée du territoire. Gresse-en-Vercors, le Mont-Aiguille et les passerelles du lac de Monteynard-Avignonnet attirent également beaucoup de journalistes dans le Trièves.

- > **Voyages de presse (ou éductours)** : l'accueil de journalistes et de blogueurs est une action clé pour la promotion du territoire. Ces voyages permettent aux professionnels des médias, de vivre une expérience immersive, de rencontrer les acteurs locaux (producteurs, artisans, hébergeurs) et de découvrir les initiatives sur le terrain. L'Office de Tourisme du Trièves, en partenariat avec des structures comme Isère Attractivité, le Parc Naturel Régional du Vercors et Inspiration Vercors, organise des voyages de presse pour des journalistes français et étrangers (hollandais et belges par exemple), axés sur la randonnée, la biodiversité et les savoir-faire locaux. Ces rencontres génèrent des contenus de qualité et des articles détaillés, souvent publiés dans des magazines de voyage.
- > **Collaboration avec des influenceurs** : le Trièves a également compris l'importance des nouveaux médias en invitant des influenceurs (notamment sur Instagram) à découvrir la région. Ces « Instameet » ciblent des communautés d'abonnés en accord avec les valeurs du territoire, générant une visibilité importante et des contenus visuels attrayants pour une audience plus jeune et connectée.
- > **Conférences et événements** : chaque année l'Office de Tourisme du Trièves participe aux conférences de presse organisées par Isère Attractivité pour les lancements des saisons hivernales et estivales. Des communiqués de presse sont aussi produits autour des salons Primevère et salon du Randonneur. Bien que moins médiatisées que les voyages de presse, des conférences ou des ateliers thématiques, comme les événements « Transition du Tourisme » organisés par l'Office de Tourisme, servent aussi à créer du contenu pour la presse. Ces moments de partage et de réflexion sur l'avenir du tourisme en montagne permettent de mettre en lumière la proactivité du territoire face aux enjeux climatiques.

La stratégie de presse du Trièves repose sur la **diversité de ses actions, de la communication traditionnelle** (communiqué de presse, articles) aux approches plus modernes (influenceurs, voyages de presse thématiques). **L'objectif est de valoriser le territoire comme un modèle de tourisme durable, authentique et respectueux de son environnement**, un message qui résonne de plus en plus fort dans la presse actuelle.

03.

⇒ STRATÉGIE POUR ⇒
UN TOURISME
ÉCORESPONSABLE

.....

LA VISION :

Le Trièves, terre d'équilibre
et de partage inspirant



Pour que, le Trièves soit reconnu comme une destination d'écotourisme exemplaire engagé vers l'avenir, où l'éthique, le partage, la réciprocité et la préservation de l'équilibre local sont au cœur de l'expérience, nous aspirons à un tourisme :

ÉTHIQUE ET ÉQUILIBRÉ

- > Qui respecte la vie locale, la nature et les équilibres socio-économiques du territoire.
- > Qui favorise des activités durables, en harmonie avec les paysages et les communautés villageoises.
- > Qui propose une offre accessible à tous, respectueuse de la diversité sociale et culturelle.

PORTEUR DE SENS ET DE RESSOURCEMENT

- > Qui offre une déconnexion authentique, permettant aux visiteurs de se ressourcer, de se reconnecter à la nature et d'aller à la rencontre des habitants.
- > Qui inspire et incite à l'engagement, à des modes de vie plus durables, en mettant en avant les initiatives locales et les valeurs du territoire et d'Inspiration Vercors.
- > Qui crée des souvenirs impérissables, et donne envie de revenir.

SOURCE DE RENCONTRES ET DE TRANSMISSION

- > Où l'accueil est chaleureux, authentique et personnalisé, encourageant les échanges entre habitants et visiteurs.
- > Où les savoir-faire locaux (agricoles, artisanaux, artistiques) sont valorisés et partagés, créant des expériences enrichissantes.
- > Où l'éducation à l'environnement et à la préservation de la nature est une priorité, en particulier auprès des jeunes générations.

ACTEUR DU DÉVELOPPEMENT LOCAL ET ÉCONOMIQUE

- > Qui contribue à la vitalité économique des villages, en soutenant les entreprises locales et en créant des emplois durables.
- > Qui renforce la fierté des habitants, en valorisant leur patrimoine et leur qualité de vie et l'envie de mieux découvrir le Trièves.
- > Qui permet de maintenir les services dans les villages.

MAÎTRISÉ ET RÉPARTI

- > Qui gère la fréquentation de manière responsable, en évitant la surfréquentation des sites sensibles.
- > Qui propose une offre diversifiée et étalée sur l'année en moyenne montagne, valorisant les spécificités de chaque saison.
- > Qui s'appuie sur les activités existantes qui plaisent, les valorise et contribue au futur du territoire.

Les orientations et les actions permettront de faire du Trièves une destination touristique exemplaire, où le développement économique rime avec respect de l'environnement, épanouissement des habitants et expériences mémorables pour les visiteurs.

FEUILLE DE ROUTE

& orientations opérationnelles



Les orientations opérationnelles détaillées sous chaque défi sont importantes car elles constituent la feuille de route opérationnelle et les leviers concrets pour transformer la vision du Trièves en réalité.

Ces orientations opérationnelles sont les actions structurantes qui transforment l'ambition en réalisations tangibles, assurant un développement touristique durable, respectueux et bénéfique pour l'ensemble du Trièves.

DÉFI 1 Maintenir l'équilibre des activités préserver le Trièves	DÉFI 2 Renforcer l'attractivité et optimiser le parcours client	DÉFI 3 Accélérer l'adaptation de l'activité touristique	DÉFI 4 Favoriser la collaboration entre acteurs
> Renforcer les liens entre habitants et touristes > Renforcer les circuits courts, la connaissance du monde agricole et la valorisation de ses produits > Préserver les ressources, la biodiversité, les paysages et le patrimoine bâti > Respecter la nature, les sites, les habitants et veiller à la bonne cohabitation des usages > Soutenir les acteurs économiques et associatifs du territoire	> Promouvoir les Savoir-Faire et les savoir verts, les produits locaux, l'éducation à la nature et au monde rural > Encourager le montage d'expériences écotouristiques, agrotouristiques et éducatives > Soutenir et former les professionnels dans la connaissance de l'accueil et des offres > Elaborer un plan marketing, un plan de communication et un plan de presse annuels en lien avec la stratégie > Encourager les projets d'éducation populaire (adultes et enfants) et l'accessibilité sociale > Valoriser le potentiel d'apports de la nature triévoise sur notre santé et celle du vivant	> Expérimenter, mettre en œuvre et promouvoir des activités pour une mobilité alternative > Accompagner la transition des activités entre autres de neige > Accompagner les hébergements touristiques dans leur transition énergétique et vers l'écoresponsabilité > Accompagner vers la modernité numérique (intelligence artificielle, réservation digitale...) > Développer un tourisme de l'intérieur pour encourager les habitants et résidents secondaires à redécouvrir leur territoire. > Poursuivre les actions de transition engagées par le service tourisme en interne > Poursuivre le développement d'équipements	> Favoriser les réseaux institutionnels > Mettre en place des outils partagés > Favoriser l'interconnaissance et l'implication des professionnels > Améliorer la communication Interne > Accompagner techniquement les communes
PRÉSERVATION	ATTRACTIVITÉ	ADAPTATION	COLLABORATION



DÉFI 1 :

Maintenir l'équilibre des activités et préserver le Trièves



Ce défi consiste à préserver l'équilibre du Trièves tout en accompagnant son développement touristique. Il vise à renforcer les liens entre habitants et visiteurs, encourager une consommation locale responsable et soutenir les activités agricoles, commerciales et artisanales. Il s'agit aussi de protéger la biodiversité, les paysages et le patrimoine. Enfin, l'objectif est de sensibiliser chacun au respect des milieux naturels et des usages, afin de gérer la fréquentation et garantir une cohabitation durable, pour préserver l'identité du territoire à long terme.

ORIENTATIONS OPÉRATIONNELLES

- > Renforcer les liens entre habitants et touristes
- > Renforcer les circuits courts, la connaissance du monde agricole et la valorisation de ses produits
- > Préserver les ressources, la biodiversité, les paysages et le patrimoine bâti
- > Respecter la nature, les sites, les habitants et veiller à la bonne cohabitation des usages
- > Soutenir les acteurs économiques et associatifs du territoire

RENFORCER LES LIENS ENTRE HABITANTS ET TOURISTES

Favoriser la rencontre Touristes Habitants au sein de La Maison de Pays

Afin de créer des ponts entre la population locale et les visiteurs, cette action consiste à aménager et à promouvoir des temps propices aux échanges. L'objectif est de dépasser la simple relation de service pour construire **un sentiment de communauté partagée**. La Maison de Pays comme lieu de rencontre permet des échanges authentiques et un enrichissement mutuel.

Étudier la création d'une brigade verte pour informer, effectuer la médiation (animateurs, saisonniers, services civiques, bénévoles...)

L'étude pour la création d'une « Brigade Verte » sera mise en place. Cette brigade assurerait une présence bienveillante sur le terrain. Composée d'animateurs, de saisonniers et de bénévoles, cette équipe aurait pour mission **d'informer les visiteurs sur les usages locaux, de servir de médiateur des conflits d'usage** (entre VTTistes et randonneurs, avec les éleveurs et les bergers par exemple) et de promouvoir un comportement respectueux. Sa mission est d'assurer **le dialogue et la sensibilisation**.

Encourager le bénévolat sur le terrain et dans les Points d'Information Touristique pour sensibiliser

Cette action vise à **impliquer directement la population locale dans la vie et la promotion du territoire**. En encourageant les habitants à faire du bénévolat sur les sites naturels

ou aux Points d'Information Touristique (PIT), l'objectif est de les transformer en acteurs de la préservation du Trièves. Leur participation active renforcera leur sentiment d'appartenance et leur permettra de mieux comprendre et de s'approprier les enjeux du territoire pour mieux **sensibiliser les visiteurs aux fragilités du milieu**.

Créer un réseau d'ambassadeurs du Trièves

L'authenticité de l'accueil passe par les habitants eux-mêmes. Le projet prévoit de mettre en place un réseau de greeters, des bénévoles passionnés qui partagent leur amour pour leur village. Des visites guidées gratuites et personnalisées, des temps d'échanges avec les visiteurs offriront **une perspective intime et humaine sur la vie locale, pour une véritable rencontre**.

Organiser des opérations Nettoie Ton Trièves sur les sites touristiques

Pour favoriser un engagement collectif, des opérations de nettoyage « Nettoie Ton Trièves » seront organisées à l'instar de l'événement organisé au lac de Monteynard-Avignonnet. Ces événements invitent les touristes et les résidents à travailler ensemble pour maintenir la propreté des sites naturels. Au-delà d'améliorer l'esthétique des lieux, cette initiative a pour but de sensibiliser de manière concrète à l'importance de préserver l'environnement.

RENFORCER LES CIRCUITS COURTS, LA CONNAISSANCE DU MONDE AGRICOLE ET LA VALORISATION DE SES PRODUITS

Inciter les visiteurs à consommer local et valoriser les partenaires restaurants / épiceries / hébergements qui proposent des produits locaux

Cette action a pour objectif de créer un lien direct entre les producteurs locaux et les consommateurs. Les visiteurs seront encouragés à faire des choix de consommation responsables et à **privilégier les produits du Trièves**. De plus, les professionnels du tourisme seront incités à s'approvisionner localement, garantissant une offre authentique et une expérience de saveurs unique pour les touristes.

Renforcer la connaissance du monde agricole par des événements

Pour enrichir l'expérience des visiteurs, cette action vise à communiquer sur des événements thématiques dédiés au monde agricole. Ces initiatives permettront aux touristes de **mieux comprendre les savoir-faire locaux, le travail des agriculteurs et la richesse du terroir**. L'objectif est de valoriser la culture agricole du Trièves et de créer des moments de partage et de découverte mémorables.

PRÉSERVER LES RESSOURCES, LA BIODIVERSITÉ ET LES PAYSAGES

Promouvoir le patrimoine naturel vivant (faune, flore)

Cette action vise à mettre en lumière la richesse naturelle du Trièves. L'objectif est de sensibiliser les visiteurs et les habitants à la faune et la flore locales. En valorisant ce patrimoine vivant, le Trièves espère **créer un lien émotionnel avec son environnement et encourager un plus grand respect de la biodiversité**. Cela prendra la forme de publications, de visites, de formations.

Mettre en place la campagne « Aidez-nous à préserver le Trièves »

Une campagne de communication unifiée serait lancée sous le thème « **Aidez-nous à préserver le Trièves** ». Des messages dans les brochures, des publications sur les réseaux sociaux et des messages sur le terrain inviteraient les visiteurs à se sentir comme **des partenaires actifs de la conservation**. Le but est de multiplier les gestes écoresponsables et de les rendre accessibles à tous.

La campagne visera directement les visiteurs via le travail de l'Office de tourisme mais également les prestataires afin qu'ils puissent **diffuser les bons messages** en tant qu'ambassadeurs de la destination.

Cette action a pour but de créer des messages variés sur la protection de l'environnement, en utilisant différents tons et formats. Les messages seront ensuite diffusés sur une multitude de canaux, pour s'assurer que l'information atteigne le bon public au bon moment.

Cette action prendra la forme de formations, outils, messages dans les brochures, webinaires. Les thèmes concernés seront larges par exemple l'environnement, les risques naturels, les conflits d'usage, le bivouac.

LIMITER LES IMPACTS NÉGATIFS DE LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE SUR LA NATURE, LES SITES, LES HABITANTS ET VEILLER À LA BONNE COHABITATION DES USAGES

Déterminer le point d'équilibre : capacité de charge et acceptabilité

Pour garantir un tourisme durable et respectueux, cette action consiste à évaluer de manière précise la capacité d'accueil des sites les plus populaires du Trièves. Il s'agit de **déterminer le nombre de visiteurs que le territoire peut accueillir sans compromettre l'équilibre environnemental et social**. L'objectif est de prévenir la surfréquentation et de préserver l'authenticité des lieux.



Travailler et diffuser des offres alternatives aux sites les plus fréquentés

Pour désengorger les sites populaires, cette action consiste à développer et à promouvoir activement des offres touristiques alternatives. L'objectif est de proposer aux visiteurs des itinéraires et des lieux moins connus, mais tout aussi attrayants, afin de répartir la fréquentation sur l'ensemble du territoire et de préserver les sites les plus sensibles.

Développer des outils de fréquentation sur-mesure (compteurs, observatoire)

Pour une gestion efficace des flux, cette action s'appuie sur la technologie. L'objectif est de mettre en place des outils de fréquentation comme des compteurs et des observatoires. Ces instruments permettront de mesurer précisément le nombre de visiteurs sur les sites, fournissant ainsi des données essentielles pour la prise de décision et la régulation de la fréquentation.

Étudier les sites les plus fréquentés pour améliorer l'accueil (parking, toilettes, observatoire) et limiter les impacts pour les habitants

Cette action, en lien avec les communes concernées, se concentre sur l'amélioration des infrastructures des lieux les plus visités. Il s'agit d'étudier comment optimiser l'accueil en y installant de nouveaux équipements tels que des parkings, des toilettes ou des points d'observation. L'objectif est de mieux gérer les flux de visiteurs et de minimiser les impacts négatifs sur la tranquillité et la qualité de vie des habitants.

VALORISER LES ACTEURS ÉCONOMIQUES ET ASSOCIATIFS DU TERRITOIRE

Faire des portraits métiers – berger, éco garde, forestier... sur le site web et réseaux sociaux.

Pour donner un visage à l'engagement local, des portraits de professionnels clés tels que les bergers, les éco-gardes ou les forestiers seront réalisés. Ces contenus, diffusés sur le site web et les réseaux sociaux, mettront en lumière leur travail et la culture du Trièves, renforçant ainsi l'identité authentique et vivante de la destination et la compréhension de la vie locale.



DÉFI 2 :

Renforcer l'attractivité
et optimiser
le parcours client



Ce défi vise à renforcer l'attractivité du Trièves, surtout hors saison, en valorisant ses savoir-faire, son patrimoine naturel et ses offres écotouristiques. Il s'agit aussi d'améliorer tout le parcours des usagers, depuis l'accès au territoire jusqu'à l'accueil, en développant des produits innovants pour toutes les saisons et tous les publics, y compris les familles et le tourisme social. En misant sur la promotion numérique et la qualité des services, l'objectif est d'offrir une expérience authentique qui permette à chacun de s'approprier les richesses du Trièves.

ORIENTATIONS OPÉRATIONNELLES

- > Promouvoir les Savoir-Faire et les savoir verts, les produits locaux, l'éducation à la nature et au monde rural
- > Encourager le montage d'expériences écotouristiques, agrotouristiques et éducatives
- > Soutenir et former les professionnels dans la connaissance de l'accueil et des offres
- > Elaborer un plan marketing, un plan de communication et un plan de presse annuels en lien avec la stratégie
- > Encourager les projets d'éducation populaire (adultes et enfants) et l'accessibilité sociale
- > Valoriser le potentiel d'apports de la nature triévoise sur notre santé et celle du vivant (sports, 5 sens, rapports à la forêt, etc.)

PROMOUVOIR LES SAVOIR-FAIRE ET LES SAVOIR VERTS, LES PRODUITS LOCAUX, L'ÉDUCATION À LA NATURE ET AU MONDE RURAL

Valoriser la spécificité des villages par des sentiers en boucles

Cette action vise à mettre en lumière le caractère unique de chaque village du Trièves. En créant des sentiers en boucles, on incite les visiteurs **à explorer les villages à pied, leur permettant de découvrir à leur rythme le patrimoine bâti, les points de vue exceptionnels et les histoires locales.** Ces circuits sont conçus pour offrir une immersion douce et respectueuse, loin des grands axes.

Les communes qui souhaitent mener cette action recevront les conseils techniques du service tourisme pour respecter les engagements pris vis-à-vis du département dans la gestion du Plan Départemental des Itinéraires de Promenade et de Randonnée (PDIPR).

Promouvoir les producteurs et les produits locaux auprès des restaurateurs et hébergeurs

Cette action essentielle vise à établir des partenariats durables entre les producteurs locaux du Trièves, les restaurateurs et les hébergeurs. L'objectif est de promouvoir activement **l'intégration des produits du terroir et des circuits courts dans l'offre touristique.** En valorisant la qualité et l'authenticité des produits locaux, la démarche offre aux visiteurs une expérience gastronomique enrichissante tout en soutenant directement l'économie agricole et en renforçant l'identité territoriale. Cette action est à mener en collaboration avec le service Agriculture.

Inciter et former les agriculteurs à l'accueil à la ferme

L'agriculture est au cœur de l'identité du Trièves. Cette action cherche à **soutenir les agriculteurs en les formant à l'accueil touristique**. L'objectif est de leur permettre de développer des activités complémentaires (visites de fermes, dégustations, vente directe) qui enrichissent l'offre touristique tout en leur apportant un revenu additionnel, créant ainsi une source de rencontres et d'échanges uniques. Action à mener avec le service agriculture.

Diffuser le logo de la Route des Savoir-Faire (RSF) sur les marchés

Pour faciliter l'identification des membres Route des Savoir-Faire, **le logo distinctif RSF** sera diffusé sur les marchés. Il permettra aux visiteurs de reconnaître facilement les produits du terroir, les incitant à consommer local et à soutenir l'économie du Trièves.

Renforcer la RSF par la Route des savoir verts

Au-delà des savoir-faire, le Trièves valorise ses savoir-verts, c'est-à-dire sa connaissance et son respect de la nature. En complétant la « Route des Savoir-Faire » par une « Route des Savoir Verts », nous proposerons des **expériences axées sur l'environnement, l'écologie et la biodiversité**. Cette initiative renforcera l'identité écotouristique de la destination en mettant en avant l'équilibre entre l'activité humaine et la préservation de la nature.

ENCOURAGER LE MONTAGE D'EXPÉRIENCES ÉCOTOURISTIQUES, AGROTOURISTIQUES ET ÉDUCATIVES

Refondre les grilles et étendre le label Écotourisme en Trièves

Afin de renforcer la crédibilité de la destination, **le label écotourisme du Trièves sera retravaillé et étendu**. Cette refonte des critères et des grilles d'évaluation permettra d'inclure plus de prestataires dans la démarche, garantissant ainsi une qualité homogène des services tout en respectant les principes de l'écotourisme.

Mettre en place des formations et des ateliers de montage de nouveaux produits 4 saisons

Pour diversifier l'offre et lisser la fréquentation sur l'année, des ateliers collaboratifs seront organisés. Ils réuniront les professionnels du tourisme pour **créer de nouveaux produits innovants adaptés à chaque saison**. Ces ateliers permettront d'imaginer des séjours thématiques, des activités originales ou des événements qui attirent des visiteurs en dehors des périodes de forte affluence. Ces ateliers pourraient être programmés par pôle de façon à s'adapter aux spécificités de chacun (Balcon est, lac de Monteynard-Avignonet, Trièves sud).



Accroître et promouvoir les offres sans voiture

Pour encourager un tourisme plus durable, cette action vise à développer et à mettre en avant **plus d'offres touristiques accessibles sans voiture**. Il s'agit de concevoir des séjours où le visiteur peut se déplacer uniquement à pied, à vélo ou en transport en commun, offrant une alternative concrète et attrayante au tourisme motorisé.

Poursuivre le travail sur la cible famille (No Kids vs With Kids, vers un Label Famille +)

Les familles représentent une part importante de la clientèle. L'objectif est d'affiner la stratégie pour cette cible en distinguant les attentes des couples sans enfants («No Kids») de celles des familles avec enfants («With Kids»). **Une réflexion sera engagée pour l'obtention d'un label Famille +**, garantissant une offre d'hébergement, restaurants et activités adaptée et de qualité, répondant aux besoins spécifiques de chaque segment.

Encourager des événements phares intersaisons

Cette action vise à **animer le territoire tout au long de l'année** en promouvant des événements phares qui se tiendront entre les saisons principales. Ces rendez-vous festifs et culturels serviront de points d'ancrage pour l'agenda touristique du Trièves, attirant des visiteurs et des habitants autour de thématiques locales et de valeurs partagées. Étudier la possibilité d'une aide spécifique pour ces événements.

SOUTENIR ET FORMER LES PROFESSIONNELS DANS LA CONNAISSANCE DE L'ACCUEIL ET DES OFFRES

Soigner la qualité de l'accueil à la Maison de Pays en formant les équipes et en rédigeant une démarche qualité

L'office de tourisme, la Maison de Pays, est la vitrine de la destination. L'action consiste à y pratiquer un accueil de la qualité en formant les équipes à la philosophie du Trièves et **en formalisant une démarche qualité**. Ce travail interne assurerait que chaque visiteur bénéficie d'une information cohérente, chaleureuse et personnalisée dès son arrivée.

Organiser des temps conviviaux et pédagogiques (ateliers, éductours, cohésion)

Pour renforcer les liens entre les professionnels du tourisme, **des temps de cohésion seront organisés**. À travers des ateliers et des éductours (visites de découverte entre professionnels), les acteurs pourront mieux se connaître, comprendre l'offre de chacun et ainsi mieux la promouvoir auprès de leur clientèle.

Poursuivre le développement de la réservation en ligne (open pro, addock)

À l'ère du numérique, la réservation en ligne est essentielle. Cette action vise à étendre l'utilisation des plateformes comme Open Pro et Addock pour **faciliter la réservation des hébergements et des activités**. L'objectif est de simplifier le parcours client et de permettre aux prestataires d'augmenter leur visibilité et leurs ventes.

ÉLABORER UN PLAN MARKETING, UN PLAN DE COMMUNICATION ET UN PLAN DE PRESSE ANNUELS EN LIEN AVEC LA STRATÉGIE

S'appuyer sur l'observatoire mis en place par le service.

Une démarche marketing performante repose sur la connaissance des visiteurs. Cette action prévoit de **collecter et d'analyser des données précises**, en utilisant des outils comme statistiques du site, Flux Vision Tourisme, contact de l'Office de tourisme et Taxe de séjour.

L'objectif est de mieux comprendre les comportements des touristes, leurs habitudes de déplacement et leurs préférences, afin **d'ajuster l'offre du Trièves** de manière plus ciblée et pertinente.

Réaliser une enquête pour mieux connaître notre clientèle actuelle et pour affiner les cibles et les marchés prioritaires.

Pour obtenir des informations qualitatives, une enquête de clientèle sera menée auprès des visiteurs du Trièves. Cette action a pour but **d'affiner les profils des touristes et d'identifier de manière précise les marchés prioritaires à cibler**. Les données collectées permettront de mieux comprendre les motivations, les attentes et le niveau de satisfaction des visiteurs, pour orienter la stratégie de communication et le développement de l'offre.

Poursuivre l'amélioration du site web : travailler les alertes popup sur les sentiers, feux, bivouac... et les actus.

Le site web de la destination doit être un outil d'information dynamique et pertinent. Cette sous-action se concentre sur l'intégration d'alertes en temps réel via des pop-ups pour informer les visiteurs des conditions sur les sentiers, des risques (feux) ou des règles de bivouac. **L'objectif est de garantir une communication proactive et sécurisante.**

Travailler le référencement du site

Afin d'accroître la visibilité du Trièves sur les moteurs de recherche, **un travail spécifique sur le référencement naturel (SEO)** du site web sera entrepris ainsi qu'une adaptation aux spécificités de l'intelligence artificielle. L'objectif est d'améliorer le positionnement du site sur des mots-clés pertinents, attirant ainsi un trafic qualifié de visiteurs potentiels déjà intéressés par les valeurs du Trièves.

Renforcer la formation de l'équipe et des partenaires Extranet à l'utilisation poussée d'APIDAE

APIDAE est un outil essentiel de gestion de la donnée touristique. Pour optimiser l'efficacité de l'équipe, **une formation avancée sur son utilisation sera mise en place**. Cette montée en compétence permettra d'assurer la qualité et la mise à jour des informations sur les activités et les hébergements, garantissant une base de données fiable pour les visiteurs.

Pousser la promotion Trièves écotouristique

La promotion numérique sera intensifiée autour de l'écotourisme. Cette action se concentre sur **la création de contenus visuels engageants, comme des vidéos d'expériences vécues** et sur la diffusion de campagnes ciblées sur les réseaux sociaux. L'objectif est de toucher de nouveaux publics en quête d'écotourisme et de montrer la richesse des expériences uniques offertes par le Trièves.

Proposer une photothèque

Libre de droit dans l'Espace Pro sur le site www.trieves-vercors.fr à nos partenaires pour une utilisation de promotion.

Un travail de classement est à opérer avec un outil adhoc pour identifier les photos libres d'utilisation, les ranger et les rendre accessibles aux partenaires de l'OT.

ENCOURAGER LES PROJETS D'ÉDUCATION POPULAIRE (ADULTES ET ENFANTS) ET L'ACCESSIBILITÉ SOCIALE

Favoriser le tourisme social dans le cadre du contrat de réciprocité et les jumelages existants

Cette action vise à rendre le Trièves accessible à tous. Le développement du tourisme social passera par la promotion des établissements existants, le démarchage de structures grenobloises d'enfants et en relançant les jumelages, facilitant l'accueil de publics qui n'ont pas toujours accès aux séjours touristiques. L'objectif est de **promouvoir un tourisme plus inclusif et solidaire, en accord avec les valeurs de partage**.

Co-construire et promouvoir des produits écotouristiques pour les groupes d'enfants

En lien avec le service Enfance-Jeunesse de la CCT et afin de sensibiliser les plus jeunes à la nature, des produits écotouristiques spécifiquement conçus pour les enfants seront développés et promus. Ces activités ludiques et éducatives permettent aux groupes (colonies de vacances, classes vertes) de découvrir l'environnement du Trièves de manière interactive, **tout en renforçant leur conscience écologique**.

VALORISER LE POTENTIEL D'APPORTS DE LA NATURE TRIÉVOISE ET ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE SUR LE BIEN-ÊTRE

Poursuivre la création de nouvelles offres 3 jours / 6 jours

En continuant de créer des circuits de plusieurs jours (3 ou 6 jours), le Trièves s'adressera à **des randonneurs itinérants**, les incitant à prolonger leur séjour pour une immersion complète.

Soutenir la création d'une fête des randonnées

Afin de consolider la position du Trièves comme destination incontournable pour les amateurs de grands espaces, cette action vise à inciter la création d'un événement annuel majeur. **Une fête de la randonnée** permettra de rassembler les passionnés, de mettre en valeur les sentiers du territoire et de créer un rendez-vous convivial et fédérateur.

Continuer le recensement et la promotion des activités en nature

Pour une meilleure visibilité de l'offre de pleine nature et des activités nautiques sur le lac de Monteynard-Avignonnet, cette action a pour objectif de **recenser de manière exhaustive toutes les activités disponibles** ainsi que les animations et sites de découverte nature.

L'objectif est de les promouvoir activement, en s'appuyant sur des supports de communication modernes, afin de rendre l'offre plus lisible et attrayante pour les visiteurs.



DÉFI 3 :

Accélérer l'adaptation de l'activité touristique



Ce défi vise à moderniser et diversifier l'offre touristique du Trièves en anticipant les évolutions climatiques et les attentes des visiteurs. Il consiste à promouvoir les mobilités douces, soutenir la transition des activités vers des pratiques plus durables et renforcer l'écoresponsabilité des acteurs. En s'appuyant sur l'innovation numérique et un « tourisme de l'intérieur », l'objectif est de construire une destination agile, respectueuse et prête pour les défis de demain, tout en améliorant l'expérience et les infrastructures d'accueil.

ORIENTATIONS OPÉRATIONNELLES

- > Expérimenter, mettre en œuvre et promouvoir des activités pour une mobilité alternative
- > Accompagner la transition des activités entre autres de neige
- > Accompagner les hébergements touristiques dans leur transition énergétique et vers l'écoresponsabilité
- > Accompagner vers la modernité numérique (intelligence artificielle, réservation digitale...)
- > Développer un tourisme de l'intérieur pour encourager les habitants et résidents secondaires à redécouvrir leur territoire
- > Poursuivre les actions de transition engagées par le service tourisme en interne
- > Poursuivre le développement d'équipements

EXPÉRIMENTER, METTRE EN ŒUVRE ET PROMOUVOIR DES ACTIVITÉS POUR UNE MOBILITÉ ALTERNATIVE

Développer le label Accueil Vélo et les services vélos/VTT : stationnement de vélo, stations de recharge...

Cette action vise à **améliorer l'accueil des cyclistes et vététistes** dans le Trièves en développant des infrastructures et des services spécifiques. Elle comprend la promotion du label

national Accueil Vélo, garantissant un accueil et des services de qualité aux touristes à bicyclette. De plus, elle se concentre sur **l'installation de commodités essentielles** telles que des stations de stationnement sécurisé, des stations de recharge pour les Vélos à Assistance Électrique (VAE), et des solutions de location adaptées aux différents besoins (VTT, vélos de route). L'objectif est de faire du Trièves une destination reconnue pour la pratique cycliste.



Encourager le développement des services vélos

Pour compléter l'infrastructure de base, cette démarche encourage activement les prestataires locaux (hébergeurs, restaurateurs, artisans) à étoffer et à **diversifier les services dédiés au vélo**. Il s'agit de stimuler l'offre de réparation et d'entretien, de proposer des itinéraires et conseils personnalisés et de faciliter l'accès à des équipements spécifiques. En incitant les acteurs économiques à s'intégrer dans cette dynamique cyclotouristique, l'action contribue à créer un maillage complet et professionnel pour soutenir la pratique du vélo sur le territoire.

Sécuriser la mobilité douce en faisant remonter les besoins aux gestionnaires des routes

La sécurité est une priorité pour les mobilités alternatives. Cette action consiste à remonter les besoins au département et aux communes **pour améliorer l'aménagement des voies existantes et à en créer de nouvelles pour garantir la sécurité** des piétons et des cyclistes. L'objectif est de rendre les voies plus sûres et plus agréables pour les cyclistes, encourageant ainsi leur utilisation par un public plus large.

Renforcer la mobilité alternative à la voiture (en lien avec l'étude Rabattement vers et depuis les Gares)

Cette action a pour but de promouvoir et de faciliter l'utilisation de modes de transport autres que la voiture notamment vers les pôles touristiques. Il s'agira de mettre en place **des solutions alternatives, comme des navettes, des services de covoiturage ou des partenariats avec les transports en commun**. L'objectif est de réduire l'empreinte carbone des visiteurs et d'offrir une expérience de voyage plus respectueuse de l'environnement. L'action consiste à mettre en œuvre les actions préconisées par l'étude de rabattement.

Travailler l'accueil autour des gares et vers la Maison de Pays

Les gares de Clelles-Mens et Monestier-de-Clermont sont un point d'entrée stratégique pour le Trièves. Cette sous-action se concentre sur l'amélioration de l'accueil des visiteurs arrivant en train. L'objectif est de créer un pôle de services (informations, location de vélos, etc.) à proximité des gares pour faciliter le début du séjour pour se déplacer sans voiture dès leur arrivée.

ACCOMPAGNER LA TRANSITION DES ACTIVITÉS ENTRE AUTRES DE NEIGE

Valoriser les sites d'activités en transition

Face aux changements climatiques, les sites d'activités hivernales doivent se réinventer. **Cette action vise à mettre en va-**

leur les sites qui proposent déjà des alternatives aux activités sur neige. L'objectif est de communiquer sur ces initiatives et de les promouvoir activement, montrant ainsi la capacité du Trièves à s'adapter et à offrir des expériences de qualité tout au long de l'année.

Soutenir par appel à projets le développement d'activités hiver hors neige

Afin de stimuler l'innovation, un appel à projets pourra être lancé pour soutenir le développement de nouvelles activités hivernales qui ne dépendent pas de la neige. **L'objectif est de financer des initiatives originales et durables** contribuant à la diversification de l'offre touristique et à la résilience du territoire face aux défis climatiques.

Créer une grille d'éco responsabilité et analyser chaque projet selon cette grille

Pour garantir la cohérence des projets avec les valeurs du Trièves, chaque initiative sera analysée à l'aide d'une **grille d'écoresponsabilité**. Cette action permettra de s'assurer que les nouveaux projets respectent les principes de durabilité, de respect de l'environnement et d'équilibre social, renforçant ainsi la vision globale de la destination.

ACCOMPAGNER LES HÉBERGEMENTS TOURISTIQUES DANS LEUR TRANSITION ÉNERGÉTIQUE ET VERS L'ÉCORESPONSABILITÉ

Faciliter le parcours des prestataires à la transition énergétique avec le Service Transition de la Communauté de communes du Trièves

Cette action a pour but de soutenir les professionnels et les particuliers qui s'engagent dans des projets de **transition énergétique**. En facilitant l'accès à des aides et des subventions, le Trièves encouragerait ainsi les investissements dans des solutions durables, comme l'installation de panneaux solaires ou la rénovation énergétique (chauffage, isolation).

Sensibiliser les prestataires par des messages éco responsables

La sensibilisation peut être plus efficace si elle est ludique. Cette action vise à **créer des messages éco responsables** avec une touche d'humour pour interpeller les prestataires. L'objectif est de faire passer des messages importants de manière légère et mémorable, encourageant l'adoption de comportements respectueux de l'environnement.





Élaborer avec les prestataires des outils pédagogiques : formation, connaissance & sensibilisation

Afin que les professionnels deviennent des ambassadeurs de cette vision du Trièves, **des outils pédagogiques seront développés**. Ils contiendront des informations sur le territoire, ses valeurs et des conseils de sensibilisation à l'environnement. L'objectif est de donner aux prestataires les moyens de communiquer de manière pertinente et de sensibiliser leur propre clientèle.

Accompagner vers la modernité numérique

Informier et former les prestataires à l'intelligence artificielle/à la réservation en ligne

Le numérique est un levier de modernisation. **Ces actions consistent à former les professionnels à l'utilisation d'outils digitaux avancés**, comme l'intelligence artificielle pour l'analyse de données, et à la gestion de la réservation en ligne. L'objectif est d'améliorer leur visibilité, leur efficacité et leur capacité à répondre aux attentes de certains voyageurs.

Former les prestataires à la communication, au marketing digital

Afin de promouvoir leur offre de manière efficace, les prestataires ont besoin de maîtriser les outils de communication actuels. Cette action propose des formations sur le marketing digital, la gestion des réseaux sociaux et la création de contenus engageants. **L'objectif est de les rendre autonomes dans leur communication** et de renforcer la promotion de la destination dans son ensemble.

DÉVELOPPER « UN TOURISME DE L'INTÉRIEUR » POUR ENCOURAGER LES HABITANTS À REDÉCOUVRIR LEUR TERRITOIRE

Participer aux forums des associations pour faire mieux connaître l'offre

Pour toucher la population locale, la présence de l'Office de Tourisme aux forums des associations sera renforcée. **L'objectif est de présenter l'offre touristique directement aux habitants**, en mettant en avant les activités, les événements et les produits locaux qu'ils peuvent redécouvrir ou partager.

Organiser des temps portes-ouvertes à la Maison de Pays pour les habitants

La Maison de Pays sera ouverte aux habitants pour des événements spéciaux. Ces journées portes-ouvertes permettront aux locaux de rencontrer l'équipe, de découvrir les nouveautés et de s'approprier les informations sur la destination. **L'objectif est de renforcer le lien entre l'Office de Tourisme et la communauté locale.**

Développer la communication en direction des habitants

Pour que l'information touristique soit plus accessible aux habitants, la communication sera élargie. L'objectif est d'encourager les habitants à consulter et à découvrir l'offre du Trièves, les incitant à pratiquer les activités et à devenir des ambassadeurs de leur propre territoire.

POURSUIVRE LES ACTIONS DE TRANSITION ENGAGÉES PAR LE SERVICE TOURISME EN INTERNE

Établir un diagnostic interne sur les pratiques de l'Office de Tourisme : communications, fournitures, énergie, déplacements

Pour être exemplaire, l'Office de Tourisme doit d'abord s'appliquer à lui-même ses valeurs de durabilité. Cette action consiste à **réaliser un audit interne de ses propres pratiques pour évaluer son empreinte écologique**. L'objectif est d'identifier, en lien avec le service transition, les axes d'amélioration en matière de communication (site web, brochures), d'achats, de consommation d'énergie et de déplacements.

Améliorer notre impact carbone

Sur la base du diagnostic, des mesures concrètes seront mises en place pour **réduire l'impact carbone du service tourisme**. Cela inclura des actions comme la réduction des déplacements inutiles, le choix de fournisseurs locaux et responsables, et la mise en place d'une gestion plus efficace des ressources.

POURSUIVRE LE DÉVELOPPEMENT D'ÉQUIPEMENTS

Encourager au développement d'un réseau de toilettes sèches pour les Activités de Pleine Nature

Pour améliorer l'accueil des visiteurs tout en respectant l'environnement, **le réseau de toilettes sèches sera développé** sur certains sites touristiques à identifier. Cette action contribue à la gestion responsable de l'eau et à la réduction des déchets, en cohérence avec l'approche écotouristique du Trièves.

Améliorer l'accueil équestre

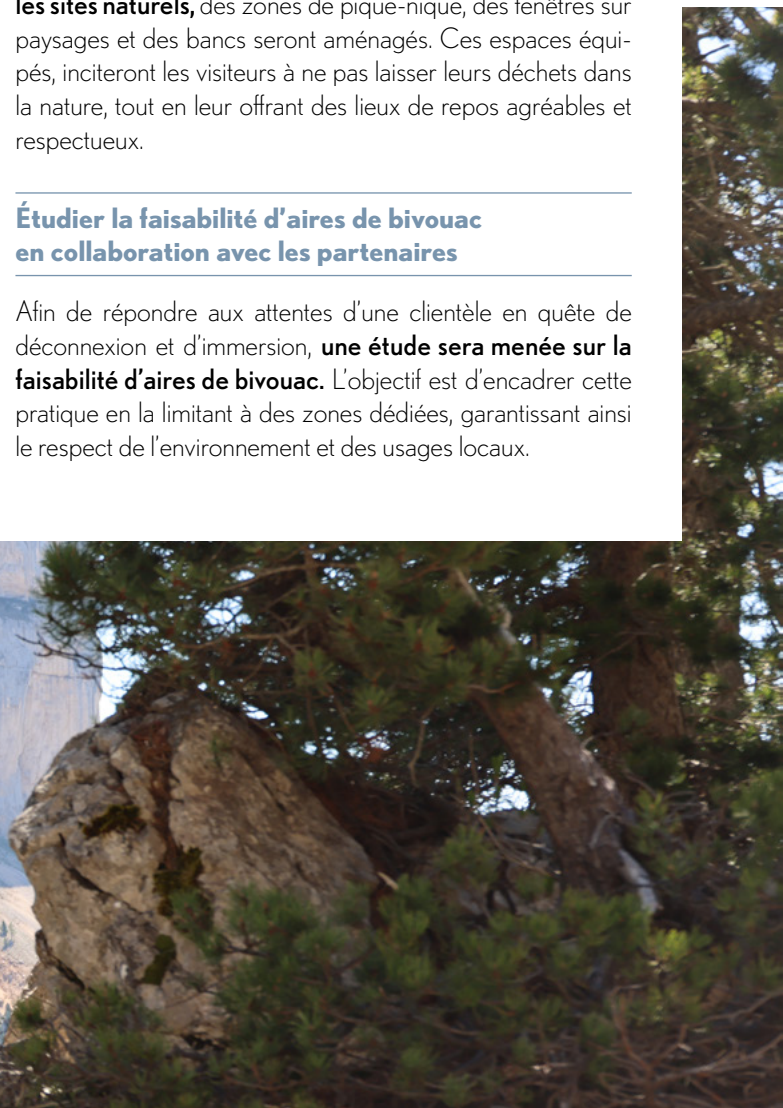
Le tourisme équestre représente un marché de niche à développer. Cette action vise à **améliorer les infrastructures d'accueil pour les cavaliers et leurs montures**. L'objectif est de proposer des services adaptés et des itinéraires sécurisés, positionnant le Trièves comme une destination de choix pour cette clientèle.

Valoriser nos itinéraires pédestres avec des zones de confort

Pour améliorer le confort des visiteurs et gérer les flux sur les sites naturels, des zones de pique-nique, des fenêtres sur paysages et des bancs seront aménagés. Ces espaces équipés, inciteront les visiteurs à ne pas laisser leurs déchets dans la nature, tout en leur offrant des lieux de repos agréables et respectueux.

Étudier la faisabilité d'aires de bivouac en collaboration avec les partenaires

Afin de répondre aux attentes d'une clientèle en quête de déconnexion et d'immersion, **une étude sera menée sur la faisabilité d'aires de bivouac**. L'objectif est d'encadrer cette pratique en la limitant à des zones dédiées, garantissant ainsi le respect de l'environnement et des usages locaux.



DÉFI 4 : Favoriser la collaboration entre acteurs



Ce défi vise à renforcer la collaboration entre tous les acteurs du Trièves – institutions, professionnels et habitants – en consolidant les réseaux existants, en en créant de nouveaux et en modernisant la gouvernance du tourisme. En développant des outils et stratégies de promotion partagés, et en encourageant l'interconnaissance, la formation et l'implication de chacun, l'objectif est de bâtir une dynamique collective forte, assurant une communication fluide et une action concertée pour un développement harmonieux du territoire.

ORIENTATIONS OPÉRATIONNELLES

- > Favoriser les réseaux institutionnels
- > Mettre en place des outils partagés
- > Favoriser l'interconnaissance et l'implication des professionnels
- > Améliorer la communication Interne
- > Accompagner techniquement les communes

FAVORISER LES RÉSEAUX INSTITUTIONNELS

Affirmer la place du Trièves dans le collectif Inspiration Vercors

Le Trièves cherche à renforcer son rôle et sa visibilité au sein du collectif Inspiration Vercors. Cette action vise à continuer à positionner le territoire comme un **partenaire actif et incontournable**. L'objectif est de participer aux projets collectifs, de partager les ressources et de bénéficier de l'influence de ce réseau pour promouvoir les spécificités du Trièves.

Saisir les opportunités d'actions partenariales pour le développement et la communication

Pour maximiser son impact, le Trièves s'engage à identifier et à exploiter toutes les occasions de collaboration avec des partenaires institutionnels. **L'objectif est de mutualiser les moyens et les compétences pour des actions de développement et de communication.** Ces partenariats permettent d'atteindre des résultats qui ne seraient pas possibles en agissant seul.

Renforcer la communication en collaboration avec Inspiration Vercors, Isère Attractivité, la région Auvergne Rhône-Alpes (AURA)

Afin d'accroître la visibilité de la destination, cette action se concentre sur le renforcement des liens de communication avec des entités clés. En collaborant avec Inspiration Vercors, Isère Attractivité et AURA, **le Trièves peut participer à des campagnes de promotion de plus grande envergure** et cibler des publics plus larges, tout en restant fidèle à son identité.

METTRE EN PLACE DES OUTILS PARTAGÉS

Créer un Pass Trièves avec un groupe de travail de socioprofessionnels

Pour faciliter la découverte du territoire et encourager les visiteurs à explorer différentes activités, un Pass Trièves sera conçu. **Un groupe de travail réunissant des professionnels** du tourisme et des entreprises locales sera mis en place pour définir les offres et les conditions d'utilisation, favorisant ainsi une collaboration concrète entre les acteurs.

Diffuser le positionnement touristique image et stratégie en créant un guide de marque

Pour garantir une communication cohérente, **un guide de marque** sera créé et diffusé à tous les acteurs. Ce document précisera le positionnement du Trièves, son identité visuelle et le ton à adopter. L'objectif est de s'assurer que tous les partenaires communiquent de manière harmonisée, renforçant l'image de marque de la destination dans son ensemble.

FAVORISER L'INTERCONNAISSANCE ET L'IMPLICATION DES PROFESSIONNELS

Revoir la gouvernance et les statuts de l'Office de Tourisme

Cette action a pour objectif d'actualiser la gouvernance du tourisme pour qu'elle soit plus représentative. En révisant les statuts de la régie autonome, en définissant le rôle de la commission tourisme et du groupe de travail de la transition, **l'objectif est d'établir un cadre de travail capable de mieux intégrer les besoins des différents acteurs du territoire.**

Organisation d'événements de formation et de réseau

Pour stimuler l'échange de connaissances, des webinaires, cafés visio, ateliers numériques Intelligence Artificielle, Pitch en 30'... de « Chats OTT » seront organisés. **L'objectif est d'offrir des opportunités régulières de se rencontrer, d'apprendre** sur des sujets comme l'intelligence artificielle ou le marketing digital et de présenter de nouvelles idées, renforçant ainsi la cohésion professionnelle.

Créer des stands éphémères pour les professionnels à la Maison de Pays

Afin de mettre en lumière les produits et services locaux, des temps de présentation temporaires seront proposés à la Maison de Pays. L'objectif est d'offrir aux professionnels une vitrine pour rencontrer les visiteurs et d'autres acteurs du tourisme, créant un lieu d'échanges dynamiques et conviviaux.

Faire vivre la Maison de Pays avec des petits événements pour impliquer les partenaires

La Maison de Pays sera transformée en un lieu d'animation et de rassemblement pour la communauté touristique. **En organisant des événements réguliers et de petite taille**, l'objectif est d'impliquer les partenaires et de faire de la Maison de Pays un point central de la vie touristique du Trièves.

Organiser une journée Tourisme en Transition récurrente

Un événement annuel ou bisannuel sera dédié à la thématique de la transition touristique. Cette journée Tourisme en Transition sera une occasion de rassembler les acteurs, de partager les bonnes pratiques et d'inspirer de nouveaux engagements vers un tourisme plus durable, en cohérence avec la vision du Trièves.

Créer un événement convivial entre partenaires de l'Office de Tourisme (temps de cohésion)

Pour renforcer les liens entre les partenaires, un événement convivial sera organisé. Un « eductour » (une visite de découverte du territoire) suivi d'un moment de convivialité permettra de célébrer les collaborations et de consolider la dynamique de groupe.

PROMOTION INTERNE

Poursuivre les actions de cohésion et la formation des PITs avec des temps de réunion attractifs

Les Points d'Information Touristique (PIT) sont des relais essentiels pour l'accueil. **Cette action a pour but de renforcer leur cohésion** en organisant des réunions régulières et plus engageantes. L'objectif est de maintenir les équipes informées et motivées, pour qu'elles puissent **offrir une information de haute qualité aux visiteurs.**

Organisation des échanges d'accueil Maison de Pays / PIT

Pour que les équipes des différents points d'accueil se connaissent mieux, des échanges de personnel seront organisés. L'objectif est de permettre aux employés de la Maison de Pays et des PITs de découvrir le travail de l'autre et **de renforcer la cohésion de l'équipe.**

Décentraliser l'accueil de la Maison de Pays de temps en temps sur des sites ou événements

Pour toucher directement les visiteurs sur le terrain, l'accueil de la Maison de Pays sera ponctuellement délocalisé. **En installant des points d'information mobiles** sur des sites touristiques ou lors d'événements, l'Office de Tourisme rendra ses services plus accessibles et visibles.



Développer la communication interne de l'Office de Tourisme pour faire savoir

Cette action vise à améliorer la communication de l'Office de Tourisme en direction de la population locale et des communes. L'objectif est de communiquer aux habitants les actions concrètes que l'Office entreprend pour promouvoir le Trièves et ses atouts. En partageant les projets spécifiques, les services offerts et les initiatives de marketing, l'OT cherche à démontrer sa contribution à la vitalité économique et à la préservation du territoire. Cette démarche renforce la confiance des résidents et les encourage à devenir des ambassadeurs fiers de leur région, **créant un lien fort entre l'organisme touristique et la communauté locale.**

Communiquer sur l'utilisation de la taxe de séjour

Cette action vise à **informer sur l'utilisation des fonds collectés** via la taxe de séjour. En expliquant aux professionnels et aux habitants comment cet argent est investi dans des projets concrets, le Trièves renforce la confiance et la pertinence de cette ressource.

ACCOMPAGNER TECHNIQUEMENT LES COMMUNES

Accompagner les projets touristiques communaux

Pour soutenir le développement local, l'Office de Tourisme apportera son expertise aux communes qui ont des projets touristiques. Cette action a pour objectif **d'aider les communes** à concevoir, planifier et mettre en œuvre leurs initiatives, en partageant des conseils techniques et des ressources.

Former les secrétaires de mairies aux procédures taxe de séjour et déclaration hébergements

Les secrétaires de mairie jouent un rôle important dans la collecte de la taxe de séjour. Cette action propose des **formations pour les aider à maîtriser les procédures de déclaration et de collecte.** L'objectif est de simplifier les démarches et d'assurer une meilleure conformité pour tous.



Communauté de communes du Trièves

300 chemin de Ferrier
38650 Monestier de Clermont

Service et Office de tourisme

38930 Clelles-en-Trièves

contact@trieves-vercors.fr
www.trieves-vercors.fr
04 82 62 63 50

