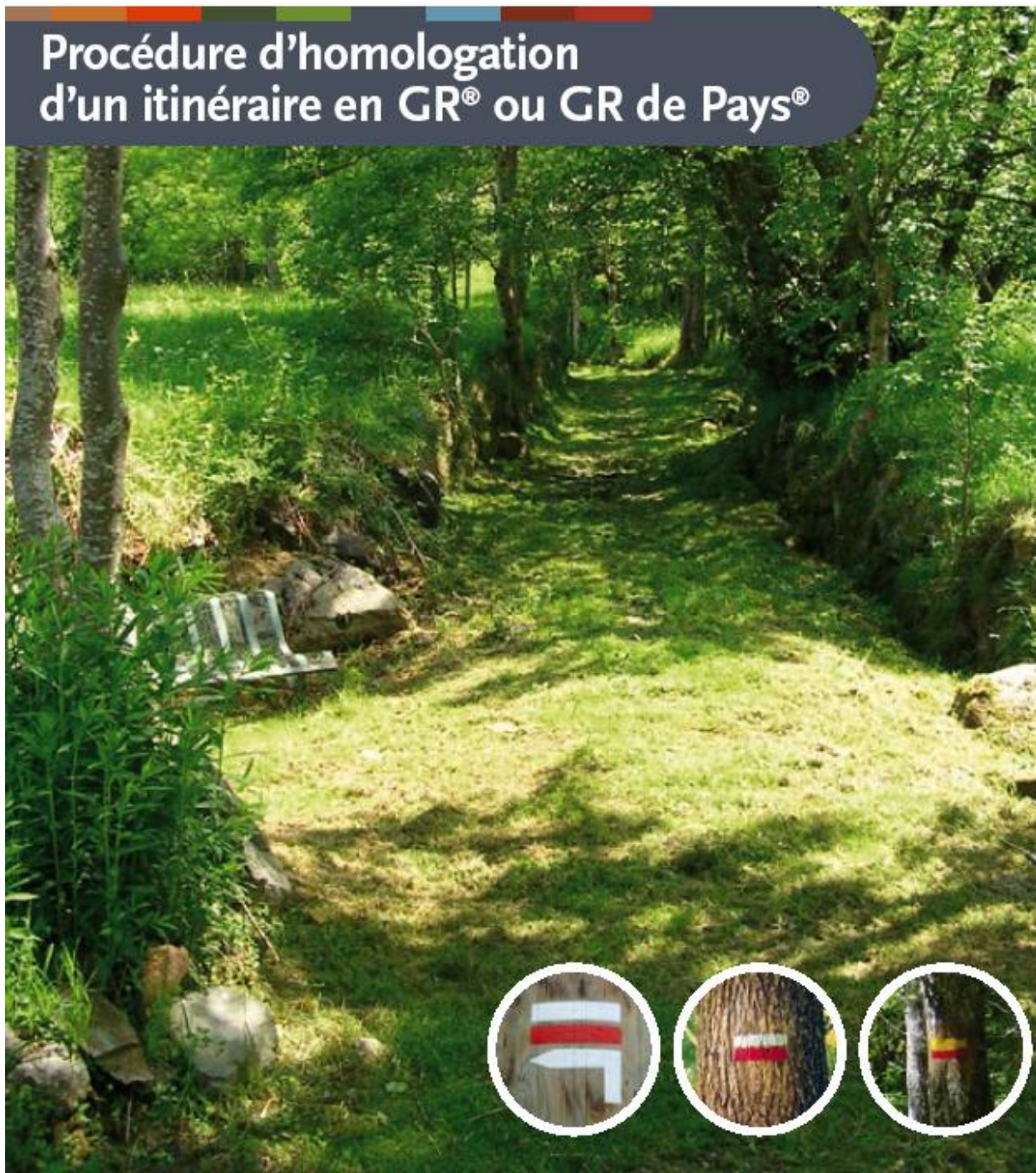


Édition 2006

## Procédure d'homologation d'un itinéraire en GR® ou GR de Pays®



# Quelques précisions pour commencer

## 1. Définitions

- Le GR® (Grande Randonnée), est un itinéraire linéaire qui permet de parcourir en plusieurs jours :
  - › une ou plusieurs région(s) : le GR 20 en Corse ou encore le GR 3 du Mont-Gerbier de Jonc (en Ardèche) à Nantes (en Loire-Atlantique).
  - › un massif : le GR 10 dans les Pyrénées ou le GR 54 autour des Ecrins.
  - › des pays entiers : le GR 5 des Pays-Bas à la Méditerranée ou encore le GR 65 partant de Genève en Suisse pour se terminer à Saint-Jacques de Compostelle en Espagne.
- Le GR de Pays® (Grande Randonnée de Pays), est un itinéraire en boucle qui permet en plusieurs jours de faire le tour d'un territoire rendu homogène par ses hommes, sa culture, son patrimoine ou son économie. Il est donc créé pour témoigner de l'identité d'un territoire. Il peut s'agir d'un pays (en tant qu'entité géographique, historique ou sociale pertinente pour la mise en place d'un projet de développement territorial), d'une vallée, d'un massif ou d'un parc naturel.

Le GR® est homologué par la Fédération Française de la Randonnée Pédestre. Il est balisé en blanc et rouge et porte un numéro.

Le GR de Pays® est homologué par la Fédération Française de la Randonnée Pédestre. Il est balisé en jaune et rouge et porte un nom (Tour du Haut-Verdon, GR de Pays® d'Auge, Tour des Baronnie, etc).

## 2. Les pratiques associées

- Le GR® est généralement destiné à un public de « grands randonneurs » qui s'engagent dans des randonnées de plusieurs jours parfois conçues comme de véritables périples. Il s'agit d'une clientèle très ciblée, endurante et sportive, acceptant toute formule d'hébergement (du refuge à l'hôtel en passant par le gîte d'étape) et sachant normalement maîtriser la lecture de la carte et de la boussole.
- Le GR de Pays® s'adresse davantage au randonneur de court séjour (du week-end de 3/4 jours à la semaine tout au plus) dont la motivation principale consiste à pouvoir lier la pratique de la randonnée à la découverte thématique d'un territoire en particulier. Il s'agit aussi d'une clientèle ciblée mais parfois plus soucieuse d'un certain confort (recherche d'une petite hôtellerie de caractère).

**À noter :** À partir des différentes enquêtes conduites au plan national depuis une dizaine d'années, on peut constater que seuls 10 à 15% des randonneurs s'engagent dans des randonnées comportant plus d'une étape. Autrefois symbole même du randonneur accompli, le randonneur au long cours est devenu minoritaire sur les itinéraires, y compris dans les régions de montagne.

Mais les grands randonneurs eux-mêmes semblent plus avares de leur temps et tendent à fractionner les grands itinéraires : en 1991, 25% des randonneurs du GR 20 parcourent le GR dans son ensemble, contre 40% trois années auparavant. Cette évolution se retrouve dans les différents massifs.



# Le contenu du projet global

L'acte administratif que constitue l'élaboration d'un dossier de demande d'homologation en GR® ou GR de Pays® n'est que l'aboutissement d'un projet global qui nécessite au préalable de prendre en considération les 5 principes de base suivants :

## L'intérêt du territoire pour la pratique de la randonnée

---

En amont, il faut se poser les bonnes questions :

### 1. QUELLES SONT LES CARACTÉRISTIQUES DE MON TERRITOIRE ?

- Celui-ci est-il structuré autour d'une entité unique (exclusivement géographique ou historique ou culturelle ou patrimoniale ou sociale). Dans ce cas, la création d'un GR de Pays® peut s'organiser autour de cette spécificité si toutefois celle-ci est compatible avec l'activité de randonnée d'une part, et les pratiques ou la demande sur ce territoire d'autre part.
- Offre-t-il de multiples facettes ? Il est alors préférable de s'orienter vers un réseau d'itinéraires PR, chacun proposant un thème spécifique.

### 2. QUELLES SONT LES RESSOURCES DE MON TERRITOIRE ?

Il s'agit de dresser un inventaire des ressources existantes que l'on peut regrouper comme suit :

- le réseau de voies potentielles (le réseau vierge composé des voies communales, chemins ruraux, voiries publiques, etc ; des itinéraires actuels ou encore des anciens tracés)
  - › le patrimoine naturel

- › le patrimoine culturel (ambiances, points de vue aménagés, perspectives, etc).

- les ressources touristiques en terme de services : restauration, hébergements...
  - › les ressources touristiques en terme d'accueil et d'information (OTSI, maisons de parc, etc)
  - › les activités de loisirs (centre équestre, location de VTT, etc).
  - › les activités artistiques ou artisanales développées.

### 3. QUELLE EST LA NATURE DE L'OFFRE TOURISTIQUE ACTUELLE ? EN D'AUTRES TERMES, LA RANDONNÉE SERA-T-ELLE UN PRODUIT D'APPEL OU UNE ACTIVITÉ COMPLÉMENTAIRE.

Quatre scénarii sont possibles :

- l'offre touristique est basée sur l'activité randonnée (exemple : la montagne l'été), une offre grande randonnée est pertinente si la conjonction terrain / produits / communication est forte et cohérente.
- l'offre touristique joue sur ses atouts verts, sportifs, terroir et détente pour se valoriser. Un itinéraire de grande randonnée, même de Pays, n'est pas pertinent dans ce contexte. Le territoire a plutôt besoin d'un produit d'appel et le développement d'un réseau d'itinéraires

de promenade et de randonnée a plus de chance de mettre rapidement en valeur les nombreux atouts de ce terroir.

- l'offre touristique ne mise pas sur la randonnée. Dans ce cas, l'offre de PR pour une pratique de proximité, à la journée, en famille est la seule option possible. Il sera en effet difficile sur un terroir bénéficiant d'une forte image au plan national (région viticole par exemple), de superposer une image «grande randonnée »
- le développement de la randonnée n'entre pas dans la stratégie touristique globale, soit par choix, soit parce que les conditions géophysiques ne sont pas réunies. Dans ce cas, si création d'itinéraires il y a, ce sera à des fins essentiellement récréatives et en limitant les investissements autant que possible.

#### 4. QUELLE EST LA PRATIQUE ET/OU LA DEMANDE ACTUELLE SUR MON TERRITOIRE ?

Il s'agit là de pouvoir répondre aux questions clés du qui ? quoi ? comment ? quelle fréquence ? où ?

- Qui ? Quel est le profil de la clientèle actuelle : promeneurs de proximité, touristes du département ou de la région, clientèle de l'hexagone, résidents secondaires, touristes étrangers.
- Quoi ? De quelle type de randonnée

s'agit-il ? pédestre, équestre, VTT, autre activité ou multiactivité ?

- Comment ? Quel est le type de pratique : individuelle, familiale, entre amis, associative, etc...
- Quelle fréquence ? Quel est le niveau de pratique : occasionnel, débutant, confirmé, etc...
- Où ? Quelle zone géographique de mon territoire est-elle la plus recherchée ? secteurs vallonnés, milieu rural à la périphérie des grandes agglomérations, etc...

#### 5. À QUEL PUBLIC MON PROJET D'ITINÉRAIRES EST-IL DESTINÉ ?

La réponse à cette question sera d'autant plus pertinente que l'on disposera d'un diagnostic précis élaboré sur la base des questions précédentes. Deux méthodes sont ensuite possibles :

- la plus simple qui consiste à répondre à la pratique et/ou à la demande actuelle et que l'on aura définie préalablement.
- la plus délicate qui consiste à rechercher une niche de clientèle potentielle mais pas encore exploitée. Ceci suppose l'élaboration d'un solide programme de valorisation et de promotion du projet associant l'engagement des pouvoirs publics et la volonté de tous les acteurs locaux.

## L'aménagement de l'itinéraire

### 1. LA DÉFINITION DU TRACÉ

Garantir, autant que faire se peut, la pérennité du futur itinéraire, doit être le souci permanent de son concepteur. Cela implique pour la recherche du tracé :

- de connaître le statut juridique des cheminement que l'on envisage d'emprunter en consultant le cadastre au Centre des Impôts fonciers du département ou à la mairie de chacune

des communes concernées.

Sachant qu'un itinéraire passe toujours chez un propriétaire, on privilégiera les voies appartenant au domaine privé ou public des collectivités.

Attention ! seules les voies appartenant au domaine public des collectivités sont systématiquement ouvertes à la libre circulation du public. Par contre, ce n'est pas toujours le cas pour les voies appartenant au domaine privé des collectivités : par exemple,

le passage sur chemins en forêt communale nécessite la signature d'une convention de passage avec la collectivité propriétaire. Si on ne peut éviter le passage sur chemin appartenant à des propriétaires privés, il faut obtenir l'accord écrit du propriétaire tout en sachant qu'il est réversible à tout moment. (cf. [Charte Officielle du Balisage et de la Signalisation publiée par la Fédération](#)).

- **de consulter le PDIPR**  
(Plan départemental des Itinéraires de Promenade et de Randonnée), si celui-ci existe, afin de privilégier les chemins qui y sont inscrits, et plus particulièrement les chemins ruraux. En effet, ces derniers ne peuvent être aliénés par les communes que si la continuité de l'itinéraire est maintenue (ou si elle est rétablie par un itinéraire de substitution). Ils bénéficient donc de la garantie de pérennité.  
Il faudra, le cas échéant, procéder aux démarches nécessaires pour favoriser l'inscription des chemins manquants (cf. [Guide PDIPR édité par la Fédération](#)).
- **de consulter par écrit les maires** des communes qu'il est prévu de traverser (ou de les informer) pour les sensibiliser au projet et surtout vérifier leur accord potentiel à un balisage ultérieur.
- **de privilégier les voies non revêtues.**  
Au total, l'itinéraire ne doit pas comporter plus de 30% de voies goudronnées et/ou bétonnées, réparti par sections limitées, exception faite des entrées et sorties d'agglomérations et des itinéraires urbains.

**Ne pas oublier de se préoccuper dès l'origine du projet du point de départ de l'itinéraire. Celui-ci doit bénéficier de moyens d'accès publics ou privés (parking à proximité souhaitable).**

Le tracé devra aussi prendre en considération l'environnement immédiat du sentier :

- existence d'un milieu sensible (respect de la faune et/ou de la flore),
- présence de nuisances (décharges par exemple)
- caractère dangereux de certains passages (traversée de routes à grande circulation, pratique de la chasse : se renseigner sur les périodes d'ouverture et de fermeture)
- particularités du sol (zone inondable ou accidentée, revêtement bitumé, etc).

Enfin, la définition du tracé est conditionnée par l'existence :

- d'un réseau d'hébergements suffisant pour se loger tous les 20 à 25 km (ou en montagne, 8 heures de marche maximum) et situés à proximité du sentier (ne pas oublier de se renseigner sur les périodes d'ouverture et de fermeture de chaque hébergement).  
Le cas échéant, une action peut être envisagée auprès des acteurs locaux pour les inciter à développer les structures d'hébergement actuelles ou potentielles.
- de points de ravitaillements convenablement répartis tout le long de l'itinéraire.

Tous ces points conduiront peut-être à des réajustements successifs du tracé avant que celui-ci ne devienne définitif.

## 2. LES TRAVAUX À RÉALISER

Il s'agit de dresser un inventaire des différents types de travaux à effectuer ou à faire réaliser et d'en estimer le coût :

- pour la voirie : remise en état de l'assise pour limiter l'érosion (terrassement, remblaiement de trous, etc), bornage, franchissement d'obstacles divers (passerelle pour les cours d'eau, échelier pour les clôtures).
- pour l'environnement végétal : débroussaillage, élagage, coupe d'arbuste (avec autorisation).

- pour la sécurisation du passage : mains courantes, parapet, etc.
- pour l'orientation et l'identification de l'itinéraire : mise en place d'une signalisation permettant de parcourir l'itinéraire et de se situer.

**Ces travaux doivent se faire avec l'accord écrit des propriétaires et des gestionnaires. Ils doivent être réalisés, le cas échéant, par des professionnels qualifiés pour tous les travaux lourds.**

## Sa promotion

L'objectif d'un créateur d'itinéraire est que celui-ci soit fréquenté. Pour qu'il soit fréquenté, il faut qu'il soit connu et pour le faire connaître, on s'appuiera sur quatre types d'actions :

- l'organisation d'événementiels accompagnant l'inauguration de l'itinéraire : conférence de presse, organisation d'une « randonnée » à laquelle tous les acteurs du projet sont conviés, etc...
- la conception de publications : dépliant promotionnel, page web sur le site Internet du Comité départemental de Tourisme ou de tout autre organisme, guide local ou mieux encore topo-guide dans la collection nationale de la Fédération, véritable outil à la fois promotionnel, technique et de découverte qui valorise l'itinéraire et en facilite le parcours.
- le développement de manifestations centrées sur la découverte pédestre du territoire (organisées à la journée impliquant parfois une participation forfaitaire).
- l'organisation de « produits randonnée » composés de diverses prestations (accompagnement, hébergement, visites, etc) et commercialisés par un professionnel. Ces produits sont destinés à un public ciblé.

## Son entretien

Créer un itinéraire, l'aménager, le promouvoir... C'est aussi s'engager à l'entretenir.

Ce devrait être une évidence mais cela ne se traduit pas toujours dans les faits et il arrive ainsi que la dégradation totale ou même partielle d'un itinéraire entraîne une série de conséquences dommageables :

- pour les aménageurs qui ont investi dans la concrétisation du projet.
- pour la Fédération qui le décrit et communique son tracé à l'IGN.
- pour le randonneur qui le fréquente.

Nombreuses sont en effet les doléances des usagers qui n'ont pas trouvé sur le terrain une réalité conforme à ce que carte et/ou des-

cription pouvait laisser présager. L'aménageur devra donc :

- prendre conscience de sa responsabilité c'est-à-dire savoir éventuellement renoncer à un projet s'il n'a pas de garanties suffisantes quant aux moyens d'en assurer la pérennité.
- prévoir l'entretien en amont de tout projet d'aménagement, c'est-à-dire que le financement du projet doit intégrer dès la première année un volet entretien.

**Se rappeler que l'entretien concerne à la fois le débroussaillage, la fraîcheur du balisage et le bon état de la signalétique.**

## Son financement

---

Ne pas oublier qu'un projet de création d'un itinéraire GR® ou GR de Pays® s'accompagne d'une évaluation financière comprenant les postes suivants :

- le repérage du tracé et des hébergements (frais de mission essentiellement) en prenant en compte les éventuels réajustements successifs du tracé.
- les travaux d'aménagement

- l'entretien annuel
- l'édition de documents
- l'organisation d'événements destinés à contribuer à l'animation et à la promotion de l'itinéraire.

Il faudra en même temps trouver les partenaires financiers pour toutes ces opérations.