

ATELIER PARTNER INSPIRATION VERCORS
PNRV - AFRAT 10/11/20 VISIO
=> SOPHIE VALERON

SAISON 2020

BILAN & PERSPECTIVES





BILAN SAISON ESTIVALE

***Week-ends déconfinés du printemps** : forte fréquentation des espaces naturels de proximité (limitation km) souvent accompagnée d'incivilités
(=> si STOP&GO en 2021 : éléments à prendre en compte)

Eté :

=>A l'échelle nationale : forte baisse de la clientèle internationale => clientèle étrangère « de proximité » Belge, Néerlandaise, Allemande (+ Suisse et Britannique selon les sites)

- **Marché domestique** : 53% des Français sont partis en Juillet & Août , dont 94% des partants, sont restés en France cette année.
- **De manière générale** : bonne fréquentation gîtes, chambres hôtes, résidences, meublés, camping, sites touristiques (recherche de sites à fréquentation modérée) , offre de productions locales, activités de plein air, vélo... Fréquentation hôtels plus nuancée selon les territoires. Pb hébergements de groupe.
- **Evolutions de comportements touristiques constatées** : fréquentation de proximité, orientation vers de courts séjours, choix de dernière minute, recherche des grands espaces naturels.



BILAN SAISON ESTIVALE suite

- **Région AURA** : 2^{ème} région touristique derrière l'IDF.
Cet été: nature, campagne, montagne plebiscitées (contexte plus compliqué pour les villes)
- *Constats des pro* : « accroissement de la conso en circuit-courts et des comportements éco-responsables ».
- **Stations de Montagne en général** : fréquentation +-3,7 points cet été et +8,2 points en août. Taux d'occupation moyen : 72% avec +10,8 points la dernière semaine d'août et taux d'occupation 80% semaine du 8 au 15/08 tous massifs confondus.
- **Altitude** : stations dites basses (630 à 1250m) : +3,5points par rapport à 2019 et stations dites moyennes (1300 à 1650m) +3,8 points (tous massifs français)
- Clientèle : habitués, résidences secondaires, néo, proximité
- Activités : pleine nature : sportives, récréatives ou douces



BILAN SAISON ESTIVALE suite & fin

- **ISERE : la fréquentation tour estivale pèse 42% de l'activité annuelle, soit presque autant que l'hiver...**
- +15 de nuitées qu'en 2019
- 74% clientèle frse vs 26% étrangère (France 31% Aura, 20% IDF, 11% Paca etc.) (Etrangère 36% Pays Bas, 12% Belgique, 12% Roy Uni...)
- *Réservations de dernière minute mais séjours plus longs*
- *Prolongement de la saison pour certains en septembre (TDF)*
- **DROME : le recul de la fréquentation dû au manque de clientèle étrangère se fait d'avantage sentir (Campings, OT...)**
- 66% clientèle frse vs 34% étrangère (AURA 35%, IDF 15%, PACA 12%...) et (Pays Bas 45%, Belgique 18%, Allemagne 13%..)
- Clientèle Rhône-Alpes, PACA, IDF en majorité
- *Recul de la fréquentation en juin et septembre.*



=> DES INDICATEURS POUR LES PARTNERS

***Tourisme de proximité en hausse** => *découverte/redécouverte*

***Piste du « télétravail au vert » ?** => *workation à mixer aux micro-aventures ?*

***Besoin de contacts/conseils/bons plans** => *importance du réseau, de la connaissance de l'offre / rien ne vaut la « recommandation »*

***Besoin de déconnecter, de se faire plaisir** => *du positif*

« quelques grammes de bonheur dans ce monde de brutes ! »

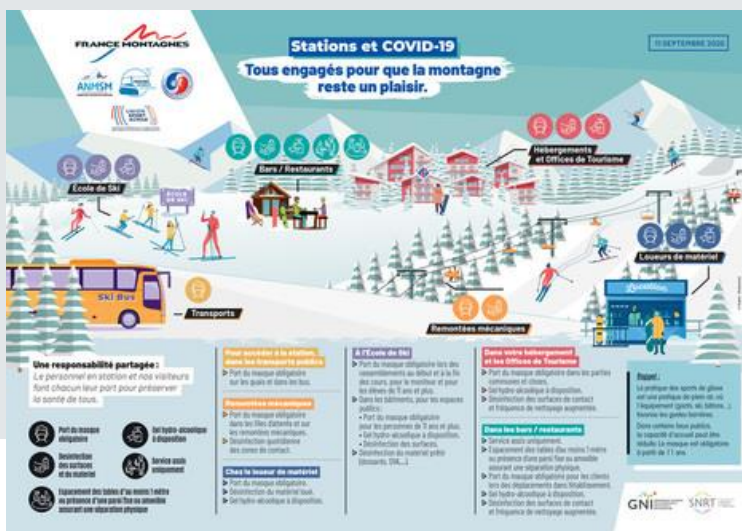
***Jongler avec les incertitudes avec le sourire et la dispo**

***Rassurer, expliquer, prouver**

SAISON HIVERNALE => des incertitudes



- Confinement#2 : quelle durée ?
- Evolution sanitaire à court terme ?
- Vaccin ? *entre réalités et spéculations...*
- Quid de l'ouverture des stations ? (*pour celles qui ont misé sur fin novembre, début décembre notamment*)
- Vacances de fin d'année : limitations kilométriques ?
- Quid de la possibilité de regroupements familiaux ?
- Déconfinement mais couvre-feu ?
- « Hypothèse » du STOP&GO de maintenant à l'été => encore combien de re-confinements/dé-confinements ?
- Neige pour les stations ? (on l'oublierait presque !)
- La gestion des emplois, des stocks, des réservations... l'organisation en général, la répartition de la clientèle...
- Tests Covid en station ?



SAISON HIVERNALE => des besoins à satisfaire



***Besoin d'espace, de liberté, de sécurité**

=> *rassurer, simplifier, organiser, faire jouer le réseau*

***Retrouvailles sereines, convivialité, reprendre son souffle...**

***Afflux Noël/jour de L'an puis Février ?**

- => *adaptation personnel et plannings*
- => *Hyper-réactivité / phénomène « ultra dernière minute » accentué*



=> DES OPPORTUNITES POUR LES PARTNERS

- * **Besoin urgent de se retrouver, de se fabriquer des souvenirs** => *proposer un contexte adapté*
- * **Malgré les conséquences économiques à venir, liées au contexte sanitaire pour certains** => *urgence d'en profiter/de consommer « ici et maintenant », de se faire plaisir*
- * **Clientèle de proximité : habitués** (envie/besoin de revenir sur les lieux des jours heureux / rassurant) **et néo** (envie de découverte sécurisée, facilitée) => *redécouverte des classiques du territoire / renouvellement clientèles / besoin d'apprentissage, d'accompagnement, de contact humain...*
- * **Préoccupation santé/immunité plus présente** => *activités spécifiques, alimentation, ressourcement (cf. numéro Santé Tourisme Région AURA)*
- * **Facteur neige/météo (moins impactant ?)** => *miser sur l'ailleurs, l'évasion, le « être ensemble » avec ou sans soleil...*
- * **Micro-aventure contexte hivernale (découverte, apprentissage, expérience (1^{ère} ?) produits locaux, gastronomie, nature, rencontres, convivialité** => *impression de retour à une certaine normalité, parenthèse hors du temps*
- * **AURA Tourisme Bienveillant** : recherche d'un meilleur équilibre entre bien-être personnel du visiteur et celui des populations locales => *incitation à orienter son tourisme sur les valeurs d'échange et de partage*
- * **Réapprivoiser l'hiver, l'outdoor hivernal** : vivre dehors, animer mais pas trop, faire savoir mais pas trop, aménager simplement pour favoriser échanges et commerce local (cf. réflexions Canada, expériences Pays Scandinaves...)

CONFIRMATION DE (NOUVELLES) TENDANCES



- **SLOWTOURISME**
- **LOCATOURISME / STAYCATION**
- **MICRO-AVENTURE/EXPERIENTIEL**
- **TRANSFORMATIONNEL**
- **DECONNEXION/RECONNEXION**
- **4 SAISONS**

+ *TOURISME DURABLE / ECOTOURISME /
NOUVEAUCLIMATISME / ITINERANCE*

FLEXCATION-WORKATION

Retour sur :

les VALEURS Inspiration Vercors

en lien avec :

les NOUVELLES TENDANCES

Valeurs de la Marque : TRANSMISSION



Référentiel : qualité de l'accueil, de mon lieu, de mes outils, de la communication sur le territoire, travail en réseau => *aspects accueil touristique, réseau*

Traduction dans mes offres/produits => mise en valeur, liens avec :

- *apprentissage(s), initiation(s), découverte
- *échanges -rencontres avec les gens d'ici-,
- *activités, pays/paysages, traditions & productions locales,
- *connaissances, attachement à son territoire,
- *donner du sens, toutes générations – différents types de publics

Valeurs de la Marque : PROTECTION



Référentiel : qualité de mes aménagements, circuits-courts, produits éco, éco-gestes,
=> aspects « mes engagements pour l'environnement & mes actions de sensibilisation »

Traduction dans mes offres/produits => mise en valeur, liens avec :

- *environnement, territoire -Parc-
- *réseau/collectif => offres communes/recommandations...
- *traditions et savoir-faire
- *autrui/prendre soin-accompagner, différents types de publics, individuels ou petits groupes

Valeurs de la Marque : RESSOURCEMENT



Référentiel : aménager des espaces dédiés, amener à découvrir des lieux propices,

offres bien-être au sens large => aspects « proposer et identifier des lieux/offres pour se ressourcer »

Traduction dans mes offres/produits => mise en valeur, liens avec :

*pause, détente, ralentir, ressentir, respirer

*individuels ou petits groupes, lieux « secrets » peu connus et peu fréquentés, être acteur de (vs spectateur/consommateur),

déconnecter/se reconnecter, ne rien faire, se régénérer, se recentrer, remettre les compteurs à 0

*se retrouver (avec soi-même et/ou sa tribu), s'initier à

*observer, contempler, savourer, admirer

bien-être, mieux-être, se sentir exister, changer, se transformer

ATELIER PARTNER INSPIRATION VERCORS
PNRV - AFRAT 10/11/20
=> SOPHIE VALERON

Valeurs de la Marque : LIBERTE



Référentiel : thématique des transports, faciliter le parcours client, s'adapter aux attentes (individuelles) => aspects « *je m'adapte et je facilite la vie à mon client tout en l'invitant à certaines formes de sobriété* »

Traduction dans mes offres/produits => mise en valeur, liens avec :

*grands espaces, mouvement, action, mobilité/déplacement, découverte

*Liberté = flexibilité :

⇒ Options diverses (activités, alimentaires, dates & horaires, **sur mesure**)

⇒ Liberté de choix, de faire ou ne pas faire, d'apprendre à son rythme (**respect des individus et de leur diversité**), d'expression de soi -de ses différences

ATELIER PARTNER INSPIRATION VERCORS
PNRV - AFRAT 10/11/20
=> SOPHIE VALERON

Valeurs de la Marque : - temps d'échange -



Autres idées, concepts, valeurs à rajouter ?

ZOOM sur :

les (NOUVELLES) TENDANCES



- **SLOWTOURISME**
- **LOCATOURISME / STAYCATION**
- **MICRO-AVENTURE/EXPERIENTIEL**
- **TRANSFORMATIONNEL**
- **DECONNEXION/RECONNEXION**
- **4 SAISONS**

+ *TOURISME DURABLE / ECOTOURISME /*

NOUVEAUCLIMATISME/ITINERANCE/

FLEXCATION-WORKATION

=> ZOOM SUR... LE SLOWTOURISME



La définition officielle retenue en France est : « **Un tourisme à rythme lent, garant d'un ressourcement de l'être, peu émetteur de CO², synonyme de patience, sérénité, découvertes approfondies, d'amélioration des connaissances et des acquis culturels** ».

Inspiré de slow food et slow travel et d'une façon générale de tous les mouvements slow life.

Le **Slow Tourisme**, est une nouvelle forme de voyage qui est apparue au début des années 2000. Découvrir des paysages exceptionnels tout en prenant son temps, s'imprégner pleinement de la nature qui nous entoure, privilégier les rencontres et savourer les plaisirs de la table, sont les principes majeurs du slow tourisme !

Ex : Les dégustations perchées / Oenotourisme

<http://www.raynevigneau.fr/boutique/content/4-oenotourisme>



SLOWTOURISME & Valeurs Inspiration Vercors

TRANSMISSION

- *apprentissage(s), initiation(s), découverte
- *échanges -rencontres avec les gens d'ici-,
- *activités, pays/paysages, traditions & productions locales,
- *connaissances, attachement à son territoire,
- *donner du sens, toutes générations - différents types de publics

PROTECTION

- *environnement, territoire -Parc-
- *réseau/collectif => offres communes/recommandations...
- *traditions et savoir-faire
- *autrui/prendre soin-accompagner, différents types de publics, individuels ou petits groupes

RESSOURCEMENT

- *pause, détente, ralentir, ressentir, respirer
- *individuels ou petits groupes, lieux « secrets » peu connus et peu fréquentés, être acteur de (vs spectateur/consommateur),
- *déconnecter/se reconnecter, ne rien faire, se régénérer, se recentrer, remettre les compteurs à 0*
- *se retrouver (avec soi-même et/ou sa tribu), s'initier à
- *observer, contempler, savourer, admirer
- *bien-être, mieux-être, se sentir exister, changer, se transformer

LIBERTE

- *grands espaces, mouvement, action, mobilité/déplacement, découverte, autonomie
- *Liberté = flexibilité : Options diverses (activités, alimentaires, dates & horaires, sur mesure) Liberté de choix, de faire ou ne pas faire, d'apprendre à son rythme (respect des individus et de leur diversité), d'expression de soi -de ses différences

=> ZOOM SUR... LOCATOURISME/STAYCATION

STAYCATION : passer ses vacances à la maison =
se déplacer à la journée (sport, découvertes...)

LOCATOURISME : passer ses vacances à proximité de
chez soi avec organisation de très courts séjours de proximité avec pour objectif de
réduire ses dépenses de carburant, d'hébergement, de loisirs... (cf. micro-aventure)

- On est passé du Staycation subi au Staycation choisi -

- ⇒ Conscience environnementale, éviter le surtourisme, tourisme de proximité aux 4 saisons (étalement des flux), consommation locale en hausse...
- ⇒ Excellents ambassadeurs
- ⇒ 2 tendances observées : clairement luxe/branché ou carrément écolo



Ex : <https://littleweekends.fr/bonnes-idees/staycation-le-site-qui-reinvente-les-dimanches-a-paris/>

TRANSMISSION

- *apprentissage(s), initiation(s), découverte
- *échanges -rencontres avec les gens d'ici-,
- *activités, pays/paysages, traditions & productions locales,
- *connaissances, attachement à son territoire,
- *donner du sens, toutes générations - différents types de publics

PROTECTION

- *environnement, territoire -Parc-
- *réseau/collectif => offres communes/recommandations...
- *traditions et savoir-faire
- *autrui/prendre soin-accompagner, différents types de publics, individuels ou petits groupes

RESSOURCEMENT

- *pause, détente, ralentir, ressentir, respirer
- *individuels ou petits groupes, lieux « secrets » peu connus et peu fréquentés, être acteur de (vs spectateur/consommateur),
- *déconnecter/se reconnecter, ne rien faire, se régénérer, se recentrer, remettre les compteurs à 0*
- *se retrouver (avec soi-même et/ou sa tribu), s'initier à
- *observer, contempler, savourer, admirer
- *bien-être, mieux-être, se sentir exister, changer, se transformer

LIBERTE

- *grands espaces, mouvement, action, mobilité/déplacement, découverte, autonomie
- *Liberté = flexibilité : Options diverses (activités, alimentaires, dates & horaires, **sur mesure**) Liberté de choix, de faire ou ne pas faire, d'apprendre à son rythme (**respect des individus et de leur diversité**), d'expression de soi -de ses différences

⇒ ZOOM SUR... LA MICRO-AVENTURE / L'EXPERIENTIEL



EXPERIENTIEL : manière de voyager apportant une expérience différente de

son quotidien. Parenthèse dans la vie de tous les jours, invitant à ne sortir de sa zone de confort que provisoirement. **Ex : <https://evasion.ishere.fr/> plateforme des exp. & courts-séjours 38**

(=> raconte une histoire, renvoi / recommandation sur les choses à voir, à vivre.. + presta qualité)

MICRO AVENTURE : aventure permettant de ressentir toutes les sensations d'une grande aventure, sans les contraintes de temps, de connaissances/expériences et d'argent. Elle est de **courte durée** (de qq heures à qq jours), **facile d'accès** (transports) **ou à proximité, économique** (non organisée, souvent bivouac et autonomie en nourriture) et **respectueuse de l'environnement** (sensibilité forte des pratiquants dans ce sens). (clientèle plutôt jeune/millennials)

Nb : passer de qq heures à qq jours : capter la clientèle néo & autonome avec des offres adaptées

Ex : Chillowé (film Vercors : www.chilowé.com vidéo « découvrir le Vercors à vélo » :

<https://www.facebook.com/watch/?v=307359443647637>

MICRO-AVENTURE / EXPERIENTIEL

& Valeurs Inspiration Vercors

TRANSMISSION

- *apprentissage(s), initiation(s), découverte
- *échanges -rencontres avec les gens d'ici-,
- *activités, pays/paysages, traditions & productions locales,
- *connaissances, attachement à son territoire,
- *donner du sens, toutes générations - différents types de publics

PROTECTION

- *environnement, territoire -Parc-
- *réseau/collectif => offres communes/recommandations...
- *traditions et savoir-faire
- *autrui/prendre soin-accompagner, différents types de publics, individuels ou petits groupes

RESSOURCEMENT

- *pause, détente, ralentir, ressentir, respirer
- *individuels ou petits groupes, lieux « secrets » peu connus et peu fréquentés, être acteur de (vs spectateur/consommateur),
- *déconnecter/se reconnecter, ne rien faire, se régénérer, se recentrer, remettre les compteurs à 0*
- *se retrouver (avec soi-même et/ou sa tribu), s'initier à
- *observer, contempler, savourer, admirer
- *bien-être, mieux-être, se sentir exister, changer, se transformer

LIBERTE

- *grands espaces, mouvement, action, mobilité/déplacement, découverte, autonomie
- *Liberté = flexibilité : Options diverses (activités, alimentaires, dates & horaires, sur mesure) Liberté de choix, de faire ou ne pas faire, d'apprendre à son rythme (**respect des individus et de leur diversité**), d'expression de soi -de ses différences

=> ZOOM SUR... LE TRANSFORMATIONNEL

Au-delà de l'Expérientiel : le Transformationnel !

Le **voyage** transformationnel va transformer durablement celui qui l'expérimente en impactant sa manière de vivre, de se comporter, de consommer, de penser, d'appréhender son quotidien... (cf. « le Grand Tour » déjà de l'expérientiel / initiatique !)

=> S'accompagne d'une forte volonté de changement, de recherche de sens et de remise en question personnelle.

⇒ **Il s'agit d'opérer une transformation majeure, significative et durable pour améliorer sa qualité de vie, lui redonner du sens...**

A lire : <https://veilletourisme.ca/2018/04/09/le-tourisme-transformationnel-plus-quune-experience/>



TRANSFORMATIONNEL & Valeurs Inspiration Vercors

TRANSMISSION

*apprentissage(s), initiation(s), découverte

*échanges -rencontres avec les gens d'ici-,

*activités, pays/paysages, traditions & productions locales,

*connaissances, attachement à son territoire,

*donner du sens, toutes générations - différents types de publics

PROTECTION

*environnement, territoire -Parc-

*réseau/collectif => offres communes/recommandations...

*traditions et savoir-faire

*autrui/prendre soin-accompagner, différents types de publics, individuels ou petits groupes

RESSOURCEMENT

*pause, détente, ralentir, ressentir, respirer

*individuels ou petits groupes, lieux « secrets » peu connus et peu fréquentés, être acteur de (vs spectateur/consommateur),

déconnecter/se reconnecter, ne rien faire, se régénérer, se recentrer, remettre les compteurs à 0

*se retrouver (avec soi-même et/ou sa tribu), s'initier à

*observer, contempler, savourer, admirer

*bien-être, mieux-être, se sentir exister, changer, se transformer

LIBERTE

*grands espaces, mouvement, action, mobilité/déplacement, découverte, autonomie

*Liberté = flexibilité : Options diverses (activités, alimentaires, dates & horaires, sur mesure) Liberté de choix, de faire ou ne pas faire, d'apprendre à son rythme (respect des individus et de leur diversité), d'expression de soi -de ses différences

=> ZOOM SUR... LA DECONNEXION/RECONNEXION



Se déconnecter pour mieux se reconnecter !

Se déconnecter, c'est rompre avec son quotidien, changer ses habitudes, se



désintoxiquer des outils numériques, du virtuel pour vivre, expérimenter...

**Atelier sur l'hyper-connexion numérique qui exige chez certains une pause digitale
(DigitalDetox)**

=> en lien avec des problématiques de santé

=> numero Vert Tourisme Santé Région AURA (0800 739 800)

=> se désintoxiquer en s'abstenant de l'utilisation des dispositifs numériques (de la montre connectée, au smartphone et à internet) pour se reconnecter à la VRAIE VIE, à soi et aux autres par l'intermédiaires d'activités et de découvertes, le tout dans un endroit et un accueil adapté.

=> Apprendre à gérer les outils numériques et son rapport au monde, sortir du syndrome FOMO, DISCONNECT TO RECONNECT...

=> **Ex : Hôtel Spa Vichy les Celestins DIGITAL DETOX OPTIQUE DESINTOXICATION NUMERIQUE**
<https://www.vichy-spa-hotel.fr/fr/thermal-spa/sante-forme-beaute/cure-digital-detox-france>
=> <https://lapenseesauvage.com> Plan de Baix OFFRES DETOX OPTIQUE SANTE

ATELIER PARTNER INSPIRATION VERCORS
PNRV - AFRAT 10/11/20
=> SOPHIE VALERON

TRANSMISSION

- *apprentissage(s), initiation(s), découverte
- *échanges -rencontres avec les gens d'ici-,
- *activités, pays/paysages, traditions & productions locales,
- *connaissances, attachement à son territoire,
- *donner du sens, toutes générations - différents types de publics

PROTECTION

- *environnement, territoire -Parc-
- *réseau/collectif => offres communes/recommandations...
- *traditions et savoir-faire
- *autrui/prendre soin-accompagner, différents types de publics, individuels ou petits groupes

RESSOURCEMENT

- *pause, détente, ralentir, ressentir, respirer
- *individuels ou petits groupes, lieux « secrets » peu connus et peu fréquentés, être acteur de (vs spectateur/consommateur),
- *déconnecter/se reconnecter, ne rien faire, se régénérer, se recentrer, remettre les compteurs à 0*
- *se retrouver (avec soi-même et/ou sa tribu), s'initier à
- *observer, contempler, savourer, admirer
- *bien-être, mieux-être, se sentir exister, changer, se transformer

LIBERTE

- *grands espaces, mouvement, action, mobilité/déplacement, découverte, autonomie
- *Liberté = flexibilité : Options diverses (activités, alimentaires, dates & horaires, **sur mesure**) Liberté de choix, de faire ou ne pas faire, d'apprendre à son rythme (**respect des individus et de leur diversité**), d'expression de soi -de ses différences

=> ZOOM SUR... LE 4 SAISONS

Réelle prise de conscience des opportunités d'un tourisme 4 saisons ?

=> extrait *Montagnes Leaders* n°280 (sept/oct 2020), Caroline Leboucher, Directrice Générale **d'ATOUT France** déclare dans un long entretien : « La montagne 4 saisons est attractive » !

=> A titre d'ex, le salon **GRAND SKI** deviendra en 2021 :

DESTINATION MONTAGNES, le rdv international

des pro du tourisme de la montagne toutes saisons

nb : 4 saisons : applicable à toutes les nouvelles tendances

et toutes les formes de tourisme durable !



⇒ **Ex : Route des Savoir-Faire Trièves**

ATELIER PARTNER INSPIRATION VERCORS
PNRV - AFRAT 10/11/20
=> **SOPHIE VALERON**

ECOTOURISME & Valeurs Inspiration Vercors

TRANSMISSION

- *apprentissage(s), initiation(s), découverte
- *échanges -rencontres avec les gens d'ici-,
- *activités, pays/paysages, traditions & productions locales,
- *connaissances, attachement à son territoire,
- *donner du sens, toutes générations - différents types de publics

PROTECTION

- *environnement, territoire -Parc-
- *réseau/collectif => offres communes/recommandations...
- *traditions et savoir-faire
- *autrui/prendre soin-accompagner, différents types de publics, individuels ou petits groupes

Ex : <https://www.amarok-espritnature.com>

RESSOURCEMENT

- *pause, détente, ralentir, ressentir, respirer
- *individuels ou petits groupes, lieux « secrets » peu connus et peu fréquentés, être acteur de (vs spectateur/consommateur),
- *déconnecter/se reconnecter, ne rien faire, se régénérer, se recentrer, remettre les compteurs à 0*
- *se retrouver (avec soi-même et/ou sa tribu), s'initier à
- *observer, contempler, savourer, admirer
- *bien-être, mieux-être, se sentir exister, changer, se transformer

LIBERTE

- *grands espaces, mouvement, action, mobilité/déplacement, découverte, autonomie
- *Liberté = flexibilité : Options diverses (activités, alimentaires, dates & horaires, **sur mesure**) Liberté de choix, de faire ou ne pas faire, d'apprendre à son rythme (**respect des individus et de leur diversité**), d'expression de soi -de ses différences

=> ZOOM SUR... WORKATION / FLEXCATION

- **WORKATION = work + vacation**

⇒ travailler dans un lieu idyllique : dans un espace de coworking local ou dans son hébergement touristique adapté & profiter du cadre, d'activités etc..

Ex : <https://www.portesdedeauville.com/fr/offres#offre190> « workation, télétravailler à la campagne »

<https://www.hyatt.com/fr-FR/hotel/france/hyatt-regency-chantilly/cdgrc/area-attractions>

- **FLEXCATION :** tendance US de fin août à octobre (voir décembre), des familles se mettent au vert (télétravail + téléapprentissage). Arriverait progressivement en Europe.

⇒ **Recherche de sites pour séjourner et d'offres pour profiter des lieux
tout en étant spectateur des changements de saison (« coulisses »)**



WORKATION & Valeurs Inspiration Vercors

TRANSMISSION

- *apprentissage(s), initiation(s), découverte
- *échanges -rencontres avec les gens d'ici-,
- *activités, pays/paysages, traditions & productions locales,
- *connaissances, attachement à son territoire,
- *donner du sens, toutes générations - différents types de publics

PROTECTION

- *environnement, territoire -Parc-
- *réseau/collectif => offres communes/recommandations...
- *traditions et savoir-faire
- *autrui/prendre soin-accompagner, différents types de publics, individuels ou petits groupes

RESSOURCEMENT

- *pause, détente, ralentir, ressentir, respirer
- *individuels ou petits groupes, lieux « secrets » peu connus et peu fréquentés, être acteur de (vs spectateur/consommateur),
- *déconnecter/se reconnecter, ne rien faire, se régénérer, se recentrer, remettre les compteurs à 0*
- *se retrouver (avec soi-même et/ou sa tribu), s'initier à
- *observer, contempler, savourer, admirer
- *bien-être, mieux-être, se sentir exister, changer, se transformer

LIBERTE

- *grands espaces, mouvement, action, mobilité/déplacement, découverte, autonomie
- *Liberté = flexibilité : Options diverses (activités, alimentaires, dates & horaires, **sur mesure**) Liberté de choix, de faire ou ne pas faire, d'apprendre à son rythme (**respect des individus et de leur diversité**), d'expression de soi -de ses différences

QUELQUES CONSTATS

Similitude autour de ces différentes formes de tourisme :

Slowtourisme / itinérance / micro-aventures :

=> *circuits-courts, proximité, mobilité douce, échanges, découvertes...*

Staycation/locatourisme / micro-aventures :

=> *mobilité, proximité, petits budgets, découvertes, expériences*

Transformationnel / Deconnexion / bien-être / 4 saisons / nouveau

climatisme / circuits-courts : => *recherche de sens, de bien-être, de mieux-être, d'authenticité, de santé*

TRANSVERSAL : « durable », expérientiel



Conclusion



Les produits/offres des Partners Inspiration Vercors existants et à venir sont à même de répondre parfaitement aux nouvelles attentes clientèles générées par :

- les évolutions sociétales (des clientèles comme des décideurs)
- le contexte sanitaire/géopolitique/climatique

Ils nécessitent plus que jamais de la part des pro :

***Qualité, adaptation très rapide, créativité,
simplicité, authenticité, réactivité !***

Merci de votre attention & participation !

ATELIER PARTNER INSPIRATION VERCORS
PNRV - AFRAT 10/11/20
=> SOPHIE VALERON