

## Conseiller et adapter ses propositions aux publics randonneurs

- Spécial PNR Vercors -





# Conseiller et adapter ses propositions aux publics randonneurs – spécial PNR Vercors

**Christophe Revéret / Versant Sud**  
**Assistance Développement & Diversification Touristique**  
*Tourisme de découverte, Activités de pleine nature, Itinérance*





## Objectifs de la formation

- Assimiler les principaux types de pratiques et profils des randonneurs
- Recueillir les attentes et cerner les capacités effectives des visiteurs randonneurs
- Présenter la gamme de randonnées de son territoire et faire des propositions pertinentes
- Adapter une propositions de sortie en fonction des aléas et facteurs liés à la sécurité ou à l'agrément de l'expérience
- Connaître les mesures déployées sur le territoire du PNR pour atténuer les effets de surfréquentation et accueillir les publics néophytes

## Evaluation

- Votre participation active
- Un petit quizz avant de se séparer !

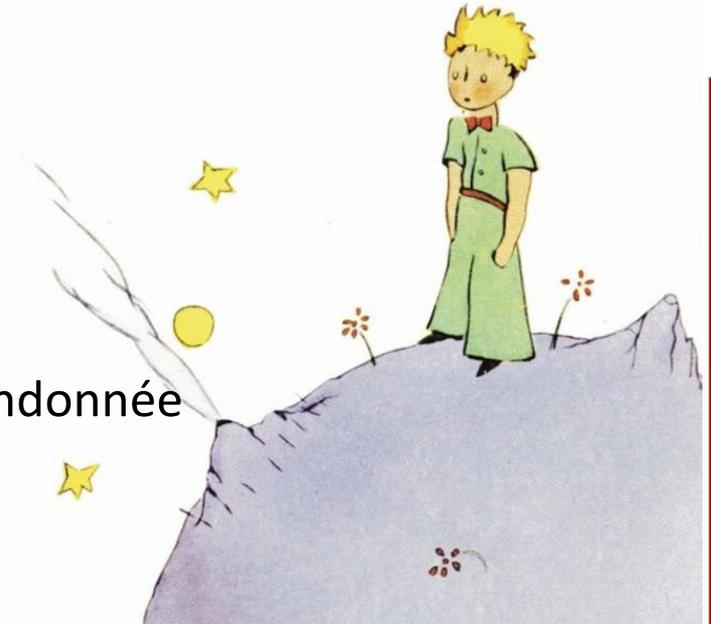




S'IL VOUS PLAÎT...  
DESSINE-MOI UN  
RANDONNEUR !

## VOUS

- Qui vous êtes
- Quelle est votre fonction
- A quel endroit vous travaillez
- Quelle est votre expérience dans cette fonction
- Quelle est votre expérience personnelle de la randonnée
- Quelles sont vos attentes aujourd'hui





**Connaître les pratiques, comprendre les pratiquants**

Etude SMBT 2019/Français qui partent en vacances l'été



Difficile pour 2% seulement

**Une durée moyenne de marche de 2h45**

**3h15 en Savoie Mont Blanc**  
**Seuls 22% marchent 4 heures et plus**

*Un levier pour la destination SMB*  
► **Un temps de marche plus court**

**La notion de dénivelé n'évoque rien à 37% des français**

*Un levier pour la destination SMB*  
► **Revoir l'expression de la notion de dénivelé**

15

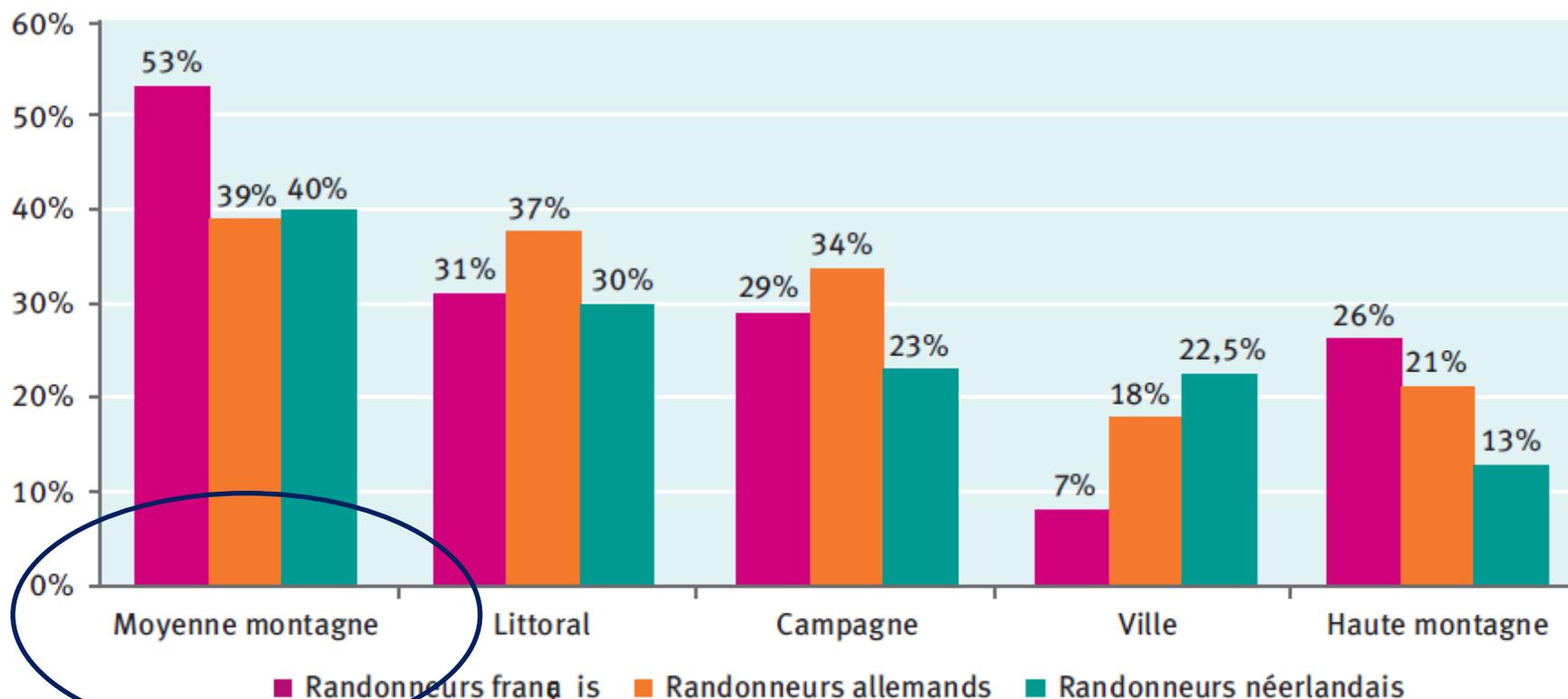
SAVOIE MONT-BLANC



# Etude Atout France 2019/ Les clientèles du tourisme de randonnée pédestre

## ESPACE DE DESTINATION

• Dans quel environnement avez-vous réalisé ce séjour ? [plusieurs réponses possibles]

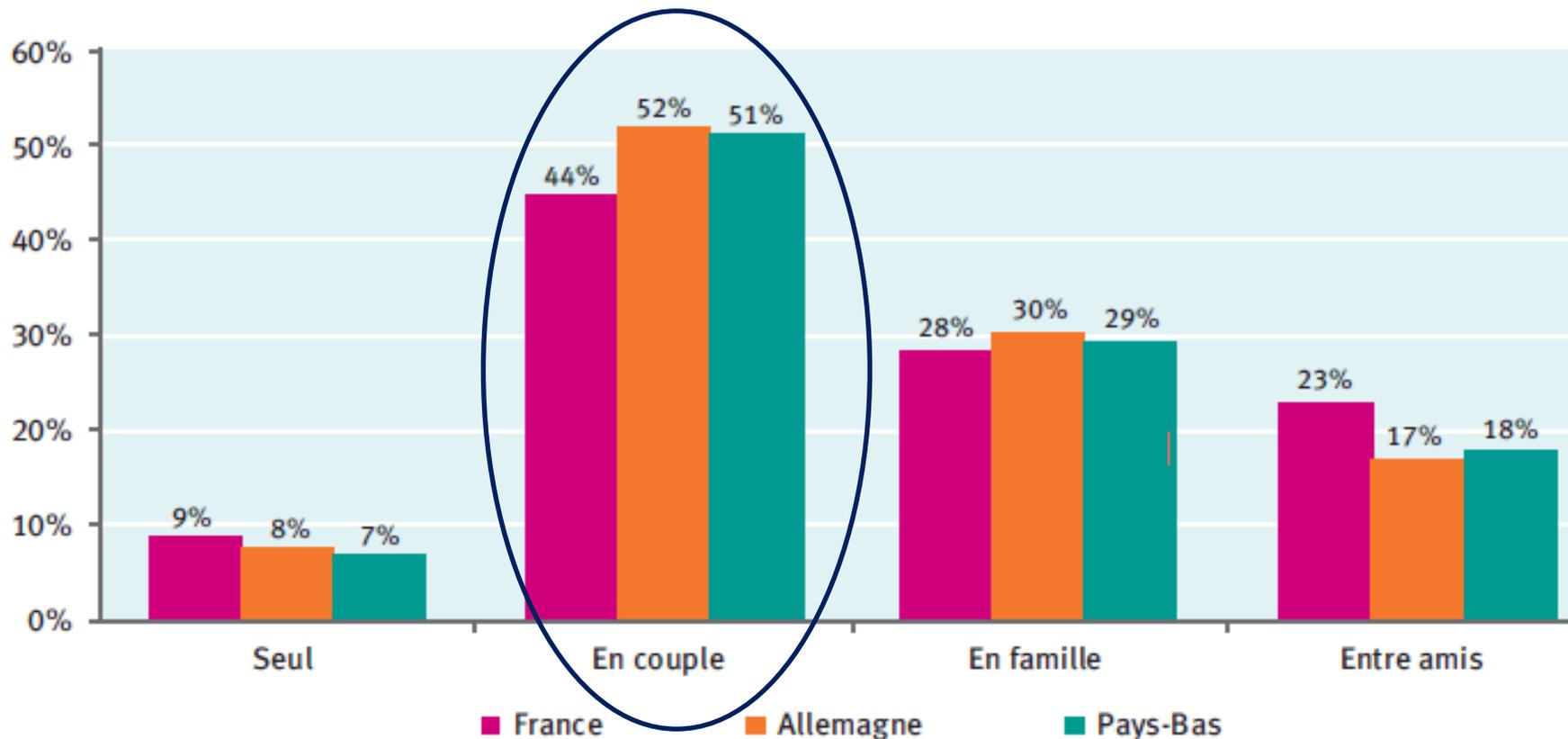




# Etude Atout France 2019/ Les clientèles du tourisme de randonnée pédestre

## TYPE DE SÉJOUR<sup>1</sup>

• Pour ce séjour, vous étiez : seul, en couple, en famille, entre amis ? [plusieurs réponses possibles]





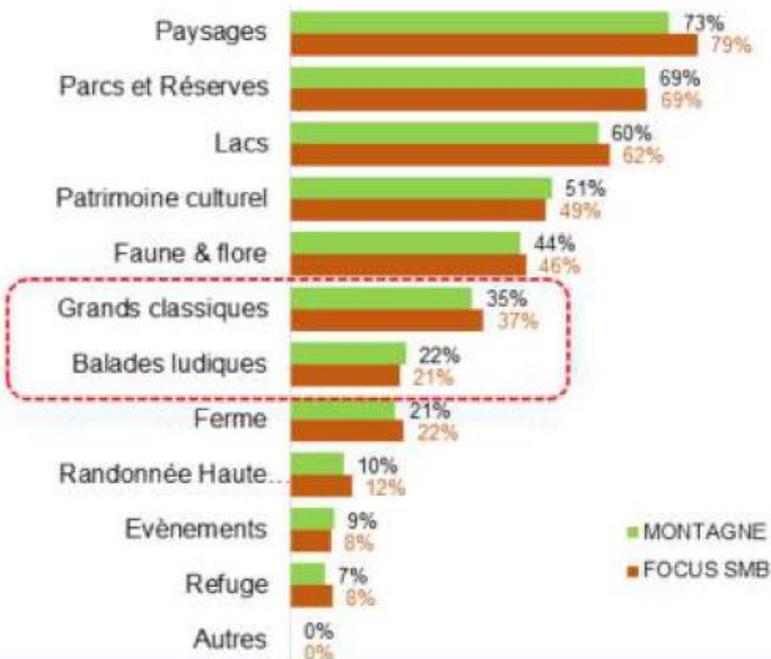
# Etude SMBT 2019/Français qui partent en vacances l'été en montagne

## Des objectifs de marche très basiques

► Plus précisément, quels sont vos objectifs\* de marche durant vos séjours/sorties à la montagne l'ÉTÉ ?



\* 5 réponses possibles  
Question présentée uniquement aux pratiquants de marche à pied, ayant réalisé au moins un séjour/une sortie à la montagne ces 4 derniers étés





Etude SMBT 2019/Français qui partent en vacances l'été en montagne





Etude SMBT 2019/Français qui partent en vacances l'été en Savoie Mont Blanc

**COMPORTEMENTS**

**FOCUS randonnée journée et ½ journée**  
(= la pratique de 80% des clients en Savoie Mont Blanc)

**Une fréquence élevée**

▶ **Combien de balades / randonnées avez-vous réalisées durant votre dernier séjour en Savoie Mont Blanc ?**

**4 en moyenne**



*Pour une durée de séjour de*

**7,7 nuits**

*idem dans les autres destinations montagne*

▶ **Combien de balades / randonnées avez-vous réalisées durant votre dernier séjour en Savoie Mont Blanc, avec vos enfants ?**

**3,7 en moyenne**

30

**SAVOIE MONTBLANC**



# Etude SMBT 2019/Français qui partent en vacances l'été en Savoie Mont Blanc

**COMPORTEMENTS**

## FOCUS randonnée journée et 1/2 journée

### Le balisage : l'outil majeur pour s'orienter

► Quel(s) outil(s) d'orientation avez-vous utilisé(s) pour vos balades/randonnées ?



### L'absence de recours aux accompagnateurs

► Durant votre dernier séjour/visite, vous vous êtes baladé/avez randonnée avec un guide/ accompagnateur ?



► Connaissez-vous la différence entre un "Guide de montagne" et un "Accompagnateur de montagne" ?





LES RANDONNEURS  
SPORTIFS



LES RANDONNEURS  
HÉDONISTES



LES RANDONNEURS  
DÉTENTE

## LES PROFILS DES RANDONNEURS



Plus la pratique est sportive,  
plus la part d'hommes, d'urbains et de PCS+ augmente.

Ils randonnent



Chaque jour  
durant le séjour

Ils randonnent



Chaque jour  
durant le séjour

Ils randonnent



Ne randonnent  
pas tous les jours

## LES CARACTÉRISTIQUES DE SÉJOUR

### LE TYPE & LA DURÉE MOYENNE



En couple Entres amis

PRINCIPALEMENT  
MOINS  
D'1 SEMAINE



En couple En famille

PRINCIPALEMENT  
MOINS  
D'1 SEMAINE



En famille En couple

PRINCIPALEMENT  
1 SEMAINE  
OU +





LES RANDONNEURS  
SPORTIFS



LES RANDONNEURS  
HÉDONISTES



LES RANDONNEURS  
DÉTENTE

## LES ESPACES

Pratique  
SPORTIVE



Montagne

Plus la randonnée est douce, plus la part de séjours  
dans l'espace littoral augmente.  
Plus la randonnée est sportive, plus la part de  
séjours dans l'espace montagne augmente.



Littoral

Pratique  
DÉTENTE

## DURÉE MOYENNE DE LA RANDONNÉE



soit



soit



soit



## DÉNIVELÉ DE LA RANDONNÉE



Dénivelé moyen à difficile  
de 600 à + de 1000 m.



Dénivelé facile  
ou pas de dénivelé  
- de 600 m.



Dénivelé facile  
ou pas de dénivelé  
- de 600 m.

## PART DE RANDONNEURS ITINÉRANTS



La part des randonneurs  
itinérants est  
**sup**  
à la moyenne  
des randonneurs



La part des randonneurs  
itinérants est  
**inf**  
à la moyenne  
des randonneurs

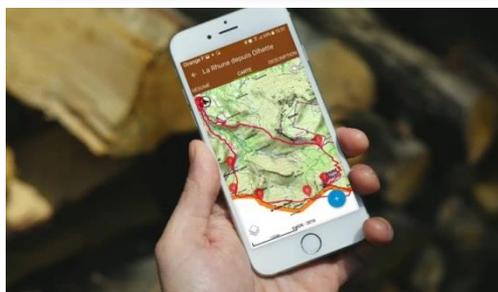
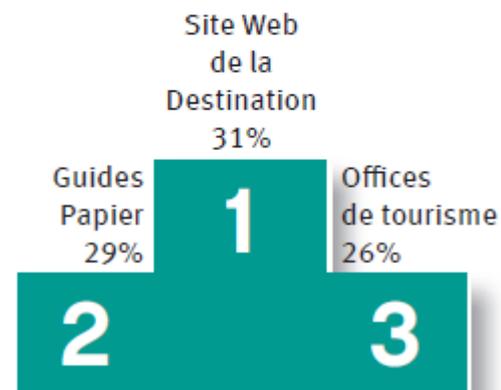
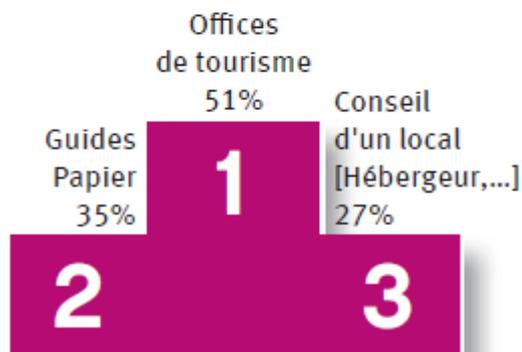


La part des randonneurs  
itinérants est  
**inf**  
à la moyenne  
des randonneurs



PRINCIPALES SOURCES D'INFORMATION DURANT LE SÉJOUR  
POUR CHOISIR ET PRÉPARER LA OU LES RANDONNÉES

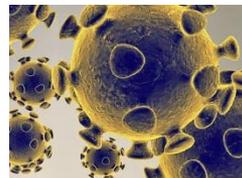
Les OT et sites des destinations  
en première ligne  
pour préparer sa randonnée



Le GPS dans la poche :  
31 % des français



Mais la carte résiste chez  
les randonneurs sportifs



- Sportivisation des pratiques (trail, fast-hiking, ski rando...) vs Slow Tourisme
- Nouvelles conditions liées au vieillissement général de la population et à la sédentarisation des enfants (baisse constante de la capacité aérobie des enfants et augmentation de la masse grasse - *INSEP*)
- Autonomie/engagement : MUL, bivouac, randonnée nordique vs Néophytes en attente de prise en charge
- Montée et diversification des pratiques itinérantes
- Changement climatique : retour à la montagne estivale ?
- 2020 : vacances en France...



## De réelles aspirations de simplicité, sobriété,...

- slow tourisme, naturalité, bio, renouvelable, ...
  - *Besoin de nature*
  - *Santé/bien-être*
  - *Restauration de l'attention*
  - *Déconnexion-reconnexion ( à la nature, à soi, aux autres, ...)*
  - *Détox. globale*



## En quête de sens !

- découverte, curiosité, besoin de contenu
  - *Patrimoine*
  - *Vie locale*
  - *Produits du terroir*
  - *Thématisation*





Repli domestique

Nouvelle tendance post Covid

Auvergne Rhône-Alpes Tourisme

## L'aventure près de chez soi

### Nouvel essor pour le tourisme de proximité

- Pour être en vacances, pas besoin de partir loin, voire pas besoin de partir du tout, ni même d'être en vacances... juste besoin de temps libre



Staycation (Passer ses vacances chez soi) et redécouvrir sa région



Micro aventure, loisirs et divertissements, itinérance, bivouac...



Télétravail, nomadisme, bleisure ("business" affaires + "leisure" loisir)



Vacances nomades

Nouvelle tendance post Covid

Auvergne Rhône-Alpes Tourisme

## La randonnée et l'itinérance envisagées comme une solution attractive

### Renouveau des vacances nomades

- Un mode de déplacement qui permet de voyager « entre soi » (la seule obligation c'est d'aller dans les stations-service) et de profiter du grand air
- Une clientèle plus jeune, peu habituée au camping



Camping car



Van aménagé



Bivouac (rando  
pédestre ou cyclo)





**Rando-effort**



Motivation

**Rando-plaisir**



**Rando-effort**



Motivation

**Néophyte**



Autonomie



**Initié**

**Rando-plaisir**



**Rando-effort**

**Rando-plaisir**

**Néophyte**

**Initié**

**« Sortie »**

**« Itinérance »**

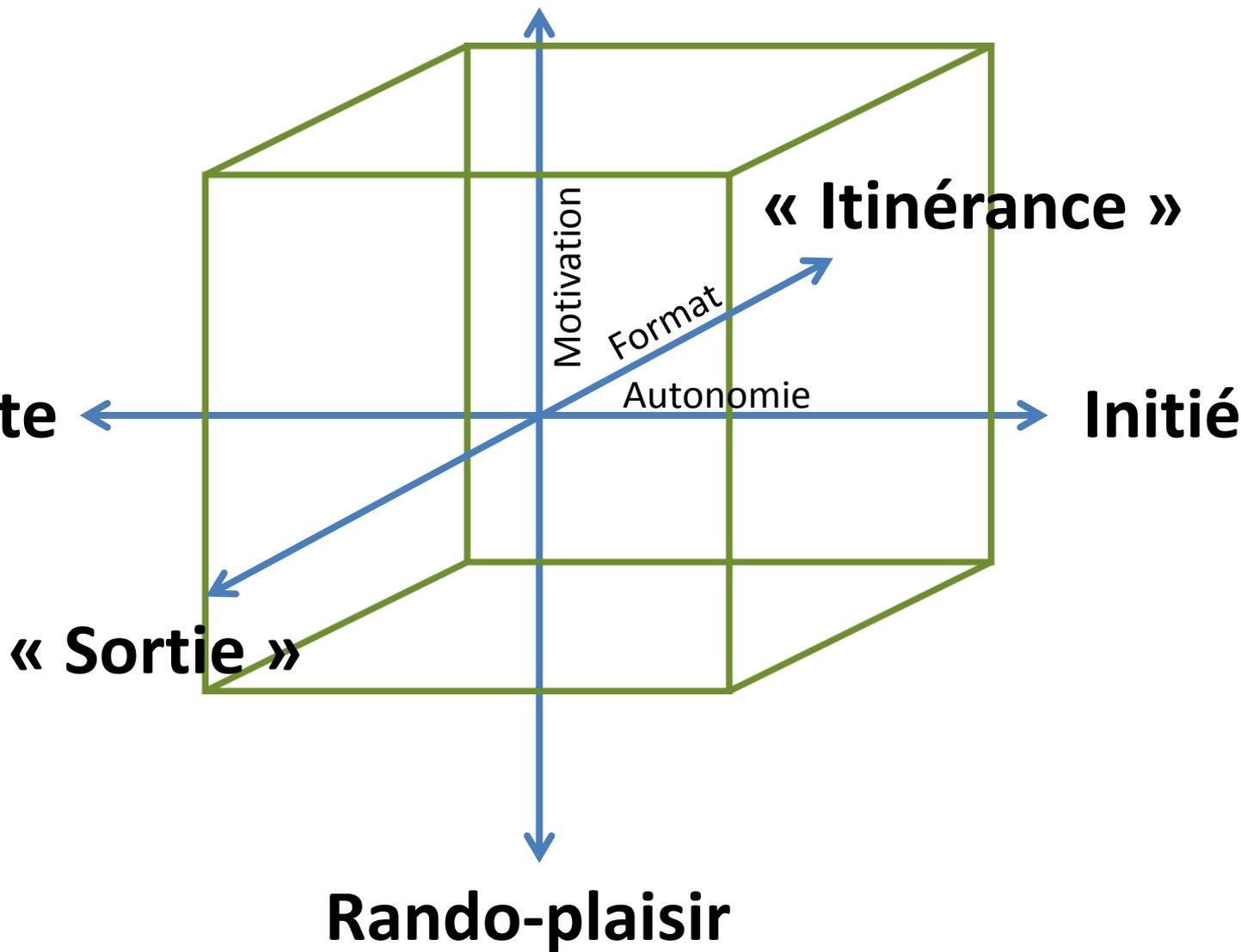
Motivation

Format

Autonomie



**Rando-effort**





**SAVOIR ANALYSER LA DEMANDE ET LES CAPACITES**





## LES QUESTIONS-FILTRES

*Par défaut toujours raisonner « groupe » (couple, famille, amis, club,...)*

*→ allure/horaire : effets d'inertie, effet maillon faible,...)*

*→ dynamique de groupe : leader, crypto-leader, prescripteur,..(vérifier l'assentiment si poss.)*

### **CALAMÉO**

- **C** ombien de personnes dans le groupe
- **A** ges (notamment enfants/préados/ados ? )
- **L** ieu de résidence habituel
- **A** ctivité pratiquée (randonnée, autres act. physiques) → **Intensité + Fréquence**
- **M** ontagne (en général/ici)
- **É** quipement
- **O** bjectifs particuliers (vacances, séquence)

↓  
**Quand ?**



## LES INDICES

*Difficulté : le visiteur n'est pas toujours « en situation » quand il s'adresse à l'OT*

- Balayage vertical (allure-sac-chaussures) + balayage horizontal (autres membres du groupe)
- Habillement : attention aux faux-amis
- Vulnérabilité : syndrome de la coquille d'escargot
- Outils : avoir/savoir lire une carte ou appli
- Vocabulaire



## SAVOIR EXPOSER UNE/DES PROPOSITIONS

### UTILISER SA GAMME D'OFFRE RANDONNÉE

- Une gamme structurée
- Une gamme large
- Des solutions de repli.....





## SAVOIR EXPOSER UNE/DES PROPOSITIONS

### EXPOSER UNE PROPOSITION

#### OSRER

- **O** bjectif
- **S** équences
- **R** isques (+R éseau)
- **E** quipement (*Sac-bâtons-chaussures/Crème-chapeau-lunettes + 3 couches*)
- **R** ègles

### ARGUMENTER ET ETOFFER LA PROPOSITION

- Variantes
- Services connexes → Produits



## ADAPTER UN PROJET DE SORTIE RANDONNÉE AUX CONDITIONS

- Facteurs météo / agrément-confort de la randonnée (+ 100 m → - 0,5°C)
- Liaisons-transports
- Facteurs d'agrément spatiaux (exposition, ambiances, étage)
- Facteurs d'agrément temporels (horaire/saison)
  
- Les fondamentaux de la sécurité en montagne
  - Facteurs objectifs (Météo, Milieu)
  - Facteurs subjectifs (Moi, Matériel)
  - 112
  
- Les règles d'or du bien-être en randonnée/en montagne
  - Soif, Faim, Froid, Chaud
  - Triple couche





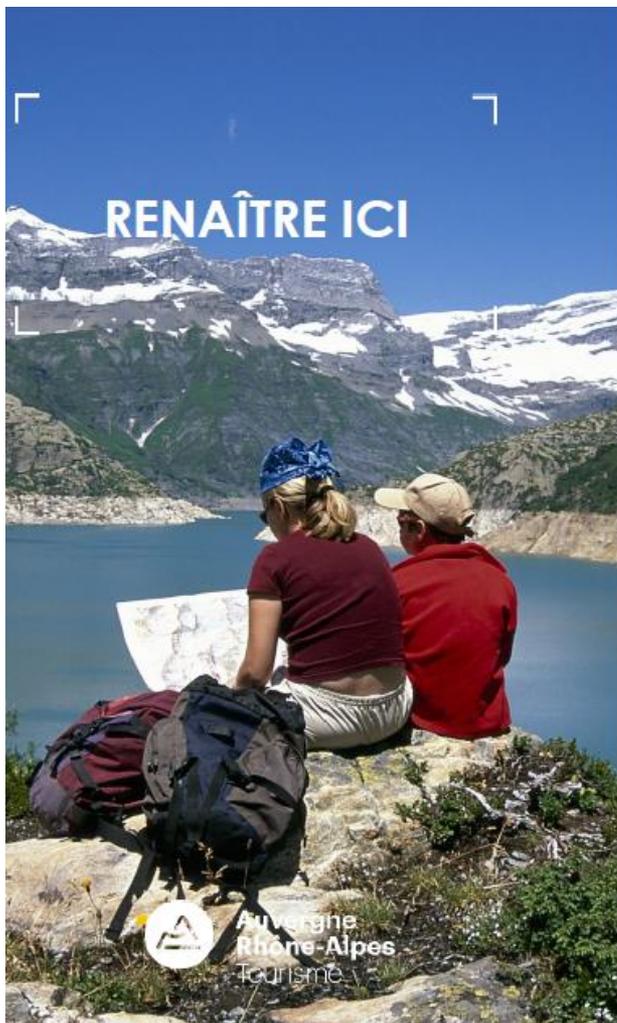
## LES OUTILS NUMÉRIQUES

### Quelques plateformes comparées

Plateforme	Facilité d'utilisation	Marque blanche	Application spécifique	Photos	Informations	Itinéraires certifiés	Nb de visiteurs	Communauté FB / Instagram	Partage / commentaire notation	Référencement	Nb d'itinéraires
VisoRando	B	Module recherche	OUI	B	TB	TB	TB	TB	TB	TB	11574
Mhikes	TB	OUI	OUI	TB	TB	TB	AB	TB	TB	P	2500
Open Runner	B	Module	OUI	B	B	B	TB	TB	TB	TB	4 000 000
Altituderando	TB	NON	NON	TB	TB	B	TB	TB	B	TB	6355
MyTripTailor	TB	OUI	OUI	B	TB	TB	B	TB	P	P	200
Helloways	TB	NON	NON	TB	TB	TB	AB	TB	TB	P	150
GeoTrek	TB	OUI	Possible	B	TB	TB	B	P	P	P	800
IGNRando	B	NON	NON	P	P	B	TB	TB	B	AB	59000
TraceGPS	P	NON	NON	P	P	B	P	TB	TB	B	19366
Randozone	B	NON	NON	B	TB	B	B	B	AB	B	425
Visugpx	TB	NON	NON	AB	P	P	B	P	AB	P	215723
Cirkwi	P	OUI	OUI	P	P	B	B	P	P	P	16000
Randogps	P	NON	NON	P	B	B	AB	P	P	AB	22000
Outdooractive	B	OUI	OUI	B	B	B	TB (Europe)	B	B	B	700 (France)
Utagawa VTT	TB	NON	NON	B	B	TB	TB	TB	B	AB	12000
VttTour	AB	NON	NON	AB	B	P	AB	P	B	AB	2800
MountnPass	TB	OUI	NON	B	B	B	B	TB	B	TB	6720

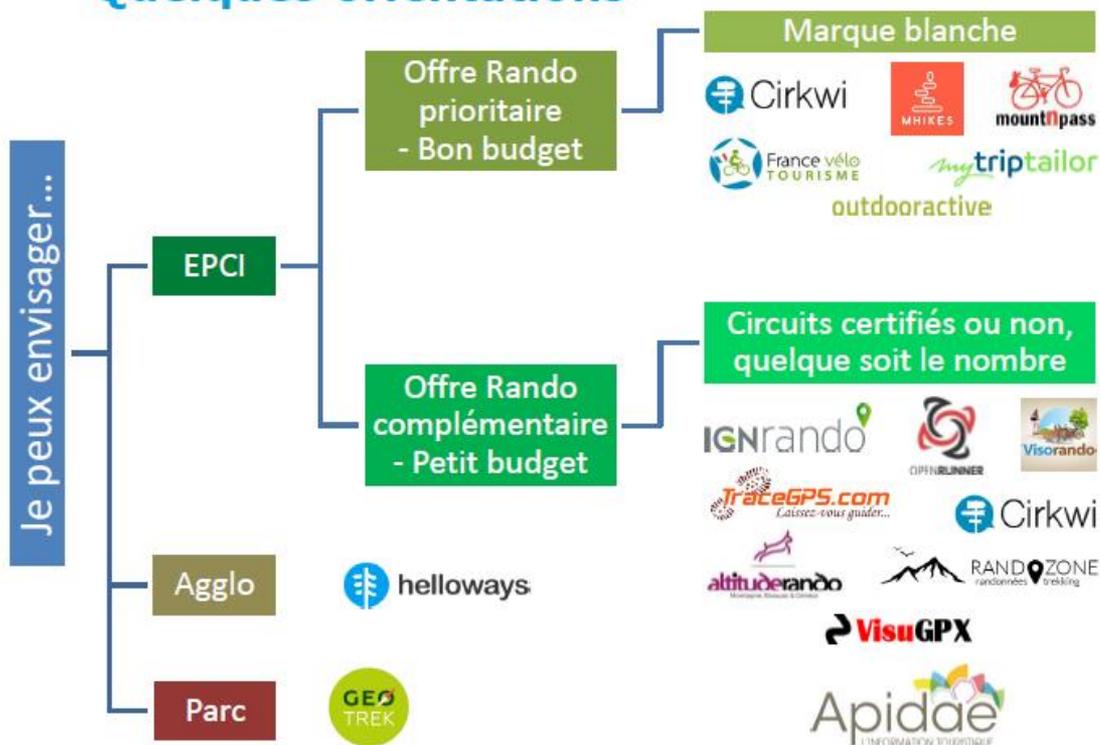
TB : Très Bien | B : Bien | AB : Assez Bien | P : Passable

Choisir sa plateforme de diffusion d'itinéraires de randonnée  
Valoriser son offre « Rando » sur le web & les applications mobiles  
Mémento d'aide à la décision – AURA Tourisme 2019



**CHOIX D'UNE PLATEFORME**

**Quelques orientations**



Choisir sa plateforme de diffusion d'itinéraires de randonnée  
Valoriser son offre « Rando » sur le web & les applications mobiles  
Mémento d'aide à la décision – AURA Tourisme 2019