

IDAMAC
Parcs naturels
du Massif central

SYNTHESE 03 MARS 2017

ITINERANCES DANS LE MASSIF CENTRAL : NOUVELLES FORMES, NOUVEAUX ITINERAIRES

K I P I X

1

OBJECTIF DE LA MISSION

- « Apporter des éléments de réponse sur **ce qui devrait caractériser le tourisme itinérant non motorisé d'ici les - plus ou moins - 20 prochaines années** dans un contexte d'évolution permanente. »



POSITIONNEMENT AUTOUR DE LA NOTION D'ITINERANCE



ITINERANCES : CONTEXTE DEFINITION

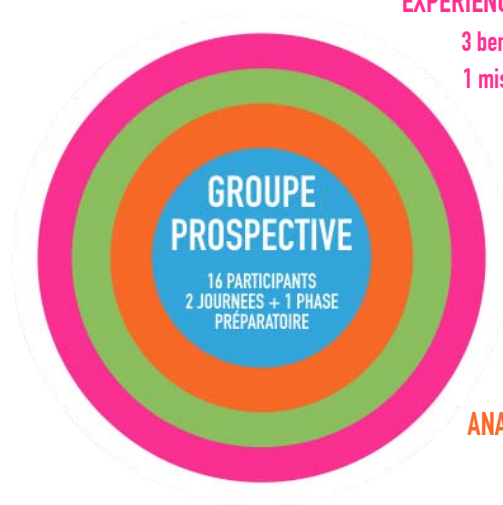
- Une pratique touristique
- **Une nuitée minimale**, et donc excluant la randonnée à la journée, sur un mode A/R.
- **une mobilité douce** (quelle que soit la pratique)
- le long d'un **itinéraire défini, et formalisé en étapes**
- avec des **modes variables d'hébergement**.
- **un linéaire ou une boucle.**



METHODOLOGIE PROSPECTIVE

ENTRETIENS CIBLES

- 6 entretiens :
- ▶ Carnets d'Aventures
 - ▶ Velorizons
 - ▶ CRT AURA
 - ▶ GR10.fr
 - ▶ ATTA
 - ▶ CD15 Via Arverna



EXPERIENCES ETRANGERES

- 3 benchmarks (ES - IRL - US)
- 1 mission 4 jours ECOSSE

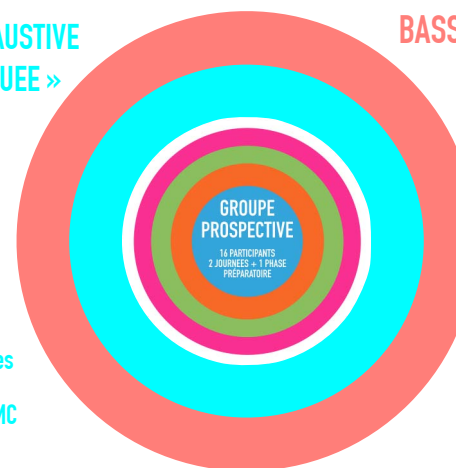
ANALYSE BIBLIOGRAPHIQUE

- 34 références françaises
- 22 références étrangères

METHODOLOGIE ITINERAIRES PHARES

IDENTIFICATION EXHAUSTIVE DE L'OFFRE « PRATIQUEE » (Marche, Vélo, Canoé, équestre, hivernale)

- ▶ Visibilité WEB,
- ▶ Offre TOPOGUIDE,
- ▶ Offre Agences de voyages
- ▶ ENQUETE PROS APN du MC



ENQUETE CIBLEE DEMANDE BASSIN EMETTEUR

- ▶ Entretiens 4 librairies de voyage en FR
 - ▶ BDX : Mollat
 - ▶ PARIS : AVC
 - ▶ TLSE : Chullunka
 - ▶ LILLE : Le Furet
- ▶ Entretiens 3 librairies de voyage en UE :
 - ▶ BRUXELLES : Filiigranes
 - ▶ BRUXELLES : Anticyclones des Açores
 - ▶ LONDON : Standfords

ATOUTS ET CONTRAINTES DU MASSIF CENTRAL VIS-À-VIS DE CES ATTENTES

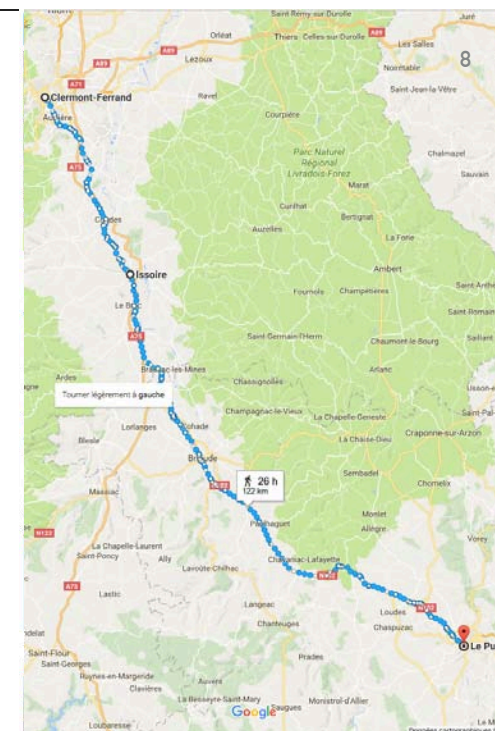
CONTRAINTES

- ▶ Des manques de services et d'organisation
- ▶ Des manques d'hébergements, de commerces et services innovants
- ▶ Un manque de lisibilité offre, gamme produits, choix tarifaires, marketing
- ▶ Une image vieillissante / pas ou peu d'identification
- ▶ Le problème récurrent des transports (externe/interne)
- ▶ Le manque d'entretien et d'équipements des parcours

FORMES D'ITINERANCE DU FUTUR

LES ENJEUX POUR LE MASSIF CENTRAL

- ▶ Etre **VISIBLE** dans un environnement très concurrentiel
- ▶ Etre **ACCESSIBLE** sans voiture
- ▶ Etre **ATTRACTIF** pour le public français.
- ▶ « **CLUSTERISER** » la gouvernance des itinéraires pour une QUALITE globale
- ▶ Entretien le **MYTHE**.
- ▶ **VALORISER** pour **CONSERVER** les aménités culturelles, patrimoniales, gastronomiques.
- ▶ **HEBERGER** plus et mieux



QUELS SONT LES PRINCIPAUX ELEMENTS ISSUS DE LA DEMARCHE PROSPECTIVE ?



- ▶ Le choix d'un itinéraire phare devenant mythique
- ▶ Au maximum 2 ou 3 « grandes itinérances »
- ▶ Avec, un « chevelu » qui assure le maillage
- ▶ Avec une dénomination forte
- ▶ Des images et données renouvelées et fiables
- ▶ Une fluidité et une facilité dans l'information et dans l'approche marketing
- ▶ Une accessibilité physique calée sur l'intermodalité

QUELS SONT LES PRINCIPAUX ELEMENTS ISSUS DE LA DEMARCHE PROSPECTIVE ?



- ▶ Un lien continu ville-campagne
- ▶ Des hébergements originaux, surprenants, sobres mais confortables
- ▶ Des espaces multi-services aux grandes étapes
- ▶ Des activités connexes permettant des pauses de découvertes
- ▶ Une gouvernance favorisée par un travail en « cluster »
- ▶ Des modes de fonctionnement s'inspirant du mode communautaire (réseaux sociaux)
- ▶ Une appropriation des parcours et une implication dans leur entretien et leur vie

QUELS SONT LES PRINCIPAUX ELEMENTS ISSUS DE LA DEMARCHE PROSPECTIVE ?



QUELLES DÉCLINAISONS CONCRÈTES EN TERME D'ATTENTES DE CLIENTÈLES





ITINÉRANCES : CONTEXTE

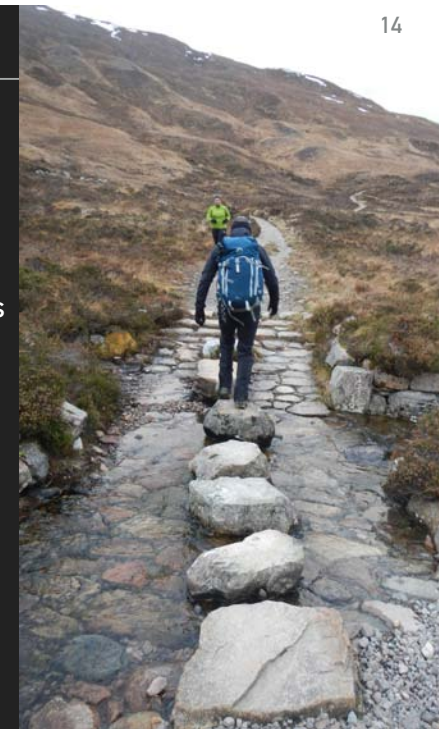
CHIFFRES CLES

	Fréquentation annuelle	source
GR20 CORSE	30 000 pers	Lobs 11 juin 2015
VIA PODENSIS Amont Aubrac - Conques	20- 25 000 pers	Mission KIIPIK
Tour du mont Blanc	5 800 pers	http:// www.ledauphine.com/ haute-savoie/2011/05/17/ Emmanuelle-DUFFEAL-1 Publié le 18/05/2011
Tour du Queyras	6000 pers	Actes de l'itinérance 2011
Stevenson	6000 pers	Observatoire_randonneur_ STEVENSON2014
GR 10	4000 pers	ARADEL 2007 + gr10.fr
GTA (pédestre)		

13

LES ATTENTES

- ▶ La quête de SENS ! « Vivre le mythe ».
- ▶ La FLUIDITE
- ▶ L'ACCESSIBILITE via les transports
- ▶ Le PLAISIR avant l'effort.
- ▶ L'ACCOMPAGNEMENT « La 1ere rencontre ».
- ▶ LA VARIETE des paysages,...
- ▶ La RENCONTRE
- ▶ Le PARTAGE via la connectibilité
- ▶ Un HEBERGEMENT « SERVICES à la carte »



14

LES CLIENTELES (DE DEMAIN)

- ▶ **Inexpérimentées**
- ▶ **Urbaines** et « dénaturalisées »
- ▶ **Mobiles** via une Organisation du Transport Collectif efficace.
- ▶ **Connectées** et zappeuses.
- ▶ En quête d'une **expérience** à partager.
- ▶ En **TRIBU**



15

PROPOSITION PROSPECTIVE SUR LES CLIENTELES ITINERANTES DE DEMAIN

LES 45- 70 ANS
« ALPINS CAFISTES MODERNES »

VOYAGE « ASSISTÉ »

LES ETRANGERS

LES 30-60 ANS
« URBAIN NATURE HEDOSPORTIF »

LES 40 - 90 ANS
« URBAINS SANTE »

LES JEUNES (16-30ANS)
OUTDOOR - XTREM

LES JEUNES (16-30ANS)
URBAN - TRIBU

Une segmentation
croissante des clientèles

mais un Client « multiple »

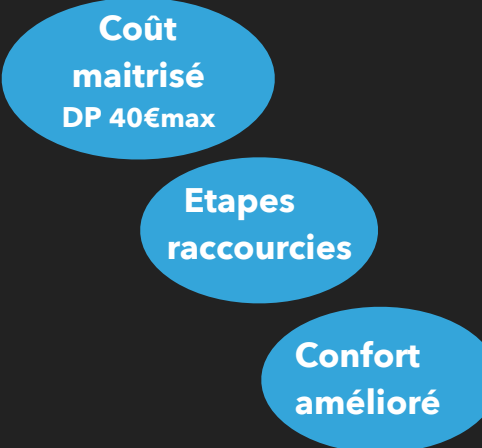
16

PROPOSITION PROSPECTIVE SUR LES CLIENTELES ITINERANTES DE DEMAIN

LES 45- 70 ANS
« ALPINS CAFISTES MODERNES »

- ▶ La clientèle principale des « GR » aujourd'hui
- ▶ Une dynamique décroissante dûe à la démographie...
- ▶ Une clientèle qui s'est peu renouvelée.
- ▶ Des attentes nouvelles

LES CONDITIONS POUR DEMAIN



Synthèse issue des données et enquêtes de KIIPIK Conseils - 2016

PROPOSITION PROSPECTIVE SUR LES CLIENTELES ITINERANTES DE DEMAIN

VOYAGE « ASSISTÉ »

- ▶ De l'agence de voyage aux plate formes de services
- ▶ Une dynamique croissante d'assistance...
- ▶ Une offre à la carte ou sur la notoriété.

LES CONDITIONS POUR DEMAIN

Visibilité
Médiatique

Qualité
hébergement

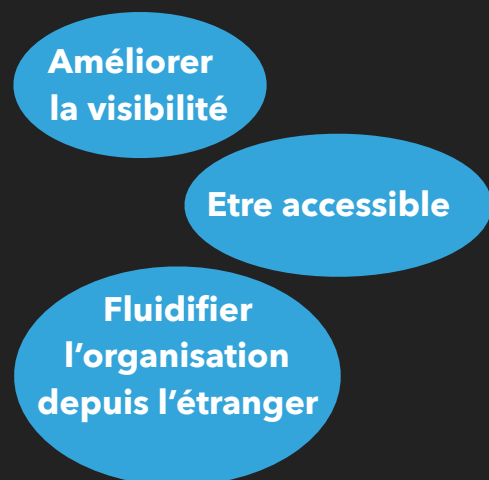
Synthèse issue des données et enquêtes de KIIPIK Conseils - 2016

PROPOSITION PROSPECTIVE SUR LES CLIENTELES ITINERANTES DE DEMAIN

LES ETRANGERS

- ▶ Une clientèle à pouvoir d'achat
- ▶ Une demande européenne et internationale

LES CONDITIONS POUR DEMAIN



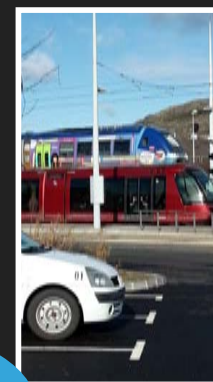
Synthèse issue des données et enquêtes de KIIPIK Conseils - 2016

PROPOSITION PROSPECTIVE SUR LES CLIENTELES ITINERANTES DE DEMAIN

LES 30-60 ANS
« URBAIN NATURE HEDOSPORTIF »

- ▶ La clientèle Famille de demain à capter
- ▶ Des attentes de Nature « urbaine »
- ▶ Le plaisir et la sécurité.
- ▶ La mutipratique nature

LES CONDITIONS POUR DEMAIN

Accessibilité
Transport
La
présence du
mythe
Le service
famille


Synthèse issue des données et enquêtes de KIIPIK Conseils - 2016

PROPOSITION PROSPECTIVE SUR LES CLIENTELES ITINERANTES DE DEMAIN

LES 40 - 90 ANS
« URBAINS SANTE »

- ▶ Une nouvelle clientèle à conquérir
- ▶ Une recherche de bien être et de déconnection dans la nature.

LES CONDITIONS POUR DEMAIN

Visibilité

Transport

Confort

Commodités - Sécurité



Synthèse issue des données et enquêtes de KIPK Conseils - 2016

PROPOSITION PROSPECTIVE SUR LES CLIENTELES ITINERANTES DE DEMAIN

LES JEUNES (16-30ANS)
OUTDOOR - XTREM

- ▶ Faible part de marché et qui le restera
- ▶ Vecteur de notoriété et d'images
- ▶ Faible impact financier

LES CONDITIONS POUR DEMAIN

Du sauvage
et de la
liberté !Du bivouac
simplifié
gratuit !

Synthèse issue des données et enquêtes de KIPK Conseils - 2016

PROPOSITION PROSPECTIVE SUR LES CLIENTELES ITINERANTES DE DEMAIN

LES JEUNES (16-30ANS)
URBAN - TRIBU

- ▶ La clientèle à ramener sur les chemins
- ▶ Une expérience pour se construire...
- ▶ Un moment de partage entre amis .
- ▶ Un moment créatif

LES CONDITIONS POUR DEMAIN

Visibilité

Du festif

Du bivouac « services »
pas cher

Synthèse issue des données et enquêtes de KIPK Conseils - 2016

TYPES DE PRATIQUE

- ▶ De la MARCHÉ aux « MARCHES »
 - ▶ Marche à pieds
 - ▶ « Trail running »
 - ▶ « Fast hiking »
 - ▶ Marche nordique
- ▶ La montée du VELO
- ▶ Des pratiques croissantes de NICHE
- ▶ Allègement (MUL) et technicité du matériel
- ▶ Le BIVOUAC : une valeur de l'itinérance chez les jeunes et les « puristes »
- ▶ Le CONFORT « à la carte ».

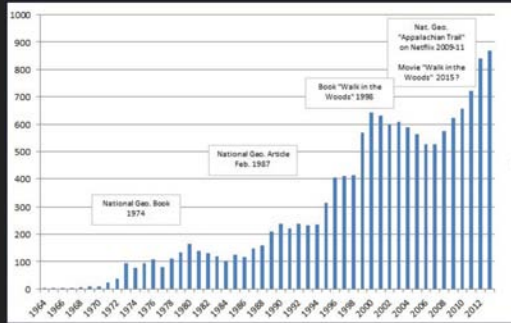




APPALACHIAN TRAIL - USA

25

- ▶ 3500km (2190Miles)
- ▶ ONG Appalachian Trail Conservancy
- ▶ 30 associations locales
- ▶ 2\$ / km
- ▶ maîtrise foncière
- ▶ 2-3 millions de personnes par an



Nombre de 2000 Milers sur le sentier des Appalaches par année. Graphique courtoisie de FATC.



CAMINO RONDA - CAT

26

- ▶ 1 site WEB : Place de marché
- ▶ Partenariat Public-Privé
- ▶ Ciblage marketing

sélection de l'itinéraire

1- NOMBRE DE PARTICIPANTS SÉLECTIONNEZ & DATE DE DÉBUT
Sélectionnez le nombre de participants : 1 | date de début :

2 CHOISIR L'ENSEMBLE
Welcome pack

	de base	confort	prime
Paquet linéaire € 43 gratuit			
Circulaire € 43 Pack gratuit			
Linéaire 2 jours	€ 115	€ 140	€ 168
Linéaire 3 jours	€ 189	€ 219	€ 298
lumière Week-end	€ 113	€ 134	€ 148
Circulaire 6 jours	€ 489		
Nuit supplémentaire Avant			
Nuit supplémentaire p			
	Basic (€ 59)	Confort (€ 79)	Prime (€ 89)

BUDGET

- Les participants 1
- Jour 3 pack Basic Linear 1 x € 189,00

BUDGET TOTAL € 189,00
Prix par personne € 189,00 (TVA incluse)

Si vous avez besoin d'aide pour réaliser la réservation, vous pouvez nous appeler au **+34 972 10 93 58**
Heures de service à la clientèle de 9h à 18h.

WEST HIGHLAND WAY - UK



LES CLEFS DE REUSSITE D'UNE ITINERANCE

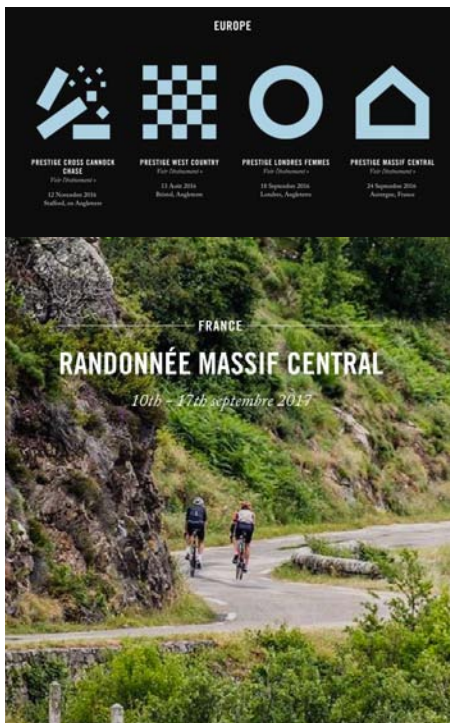
28

- ▶ **Le mythe**
- ▶ **Site WEB et Réseaux Sociaux : place de marché**
- ▶ Topoguides et traces gratuites
- ▶ **goudies et évènements**
- ▶ **Accès Transport en commun**
- ▶ **Hub mobilité**
- ▶ Hébergement varié
- ▶ **Lieu Accueil -ENTREE**
- ▶ Symbolique départ
- ▶ Services (bagages,...)
- ▶ Services de location
- ▶ **WIFI gratuit**
- ▶ **Etape de base 12km**
- ▶ **2-4 / 7 jours**
- ▶ **Trace multipratique visible**
- ▶ < 20% d'asphalte
- ▶ Variété des revêtements
- ▶ **Mise en perspective du Patrimoine.**
- ▶ **Balissage spécifique**
- ▶ **Autorisation de passage**
- ▶ **Hub mobilité**
- ▶ **Point d'accueil SORTIE**
- ▶ Symbolique sortie
- ▶ Hébergement varié
- ▶ Services (bagages,...)
- ▶ Services de location
- ▶ **WIFI gratuit**
- ▶ **Hébergements large gamme et accueil multipratiques**
- ▶ **WIFI gratuit**
- ▶ Accès transport en commun
- ▶ **Accès Services** (transport de bagages, nettoyage, séchage, bien être,...)
- ▶ Accès restauration et épicerie
- ▶ Services de réparation

© K I P I X

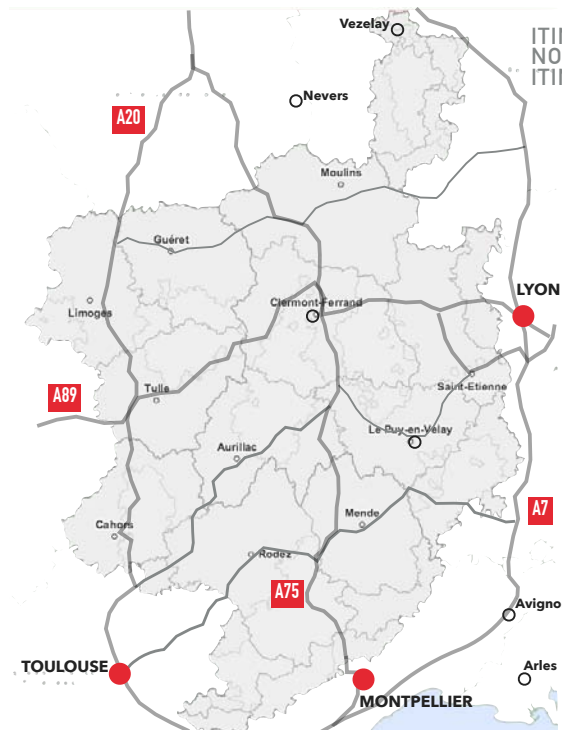
QUELLES ITINÉRANCES OFFRENT UN POTENTIEL « NOUVEAU PRODUIT » POUR DEMAIN ?

Sébastien CARLIER



MASSIF CENTRAL VISION DU MARCHÉ 2016 ET DES BASSINS EMETTEURS

- ▶ La « Voie du Puy » : la 1ère itinérance visible FR et UE
- ▶ Les territoires du MC bénéficient d'une forte notoriété internationale via leurs itinérances :
 - 1- St Jacques Le Puy -Voie Tolosane - (2-exaequo : Pyrénées -GR20)
 - 3- Stevenson 4 - Aubrac 5 - Régordane.
- ▶ Le Stevenson : une notoriété internationale et FR
- ▶ Le terme « Massif Central » ne parle pas en terme de marché. ex: occurrence Stanfords London, ed Cicerone press
- ▶ 3 pratiques majeures : Marche(s) - véloroute « sportive » - VTT.
- ▶ La GTMC existe hors de France. via un éditeur UK
- ▶ Itinérances multiformes : évènement,...
- ▶ Ce qui se vend à l'étranger a une très forte identité et porte « un mythe » !



A PIEDS

- ▶ 28 itinéraires recensés comme « visibles »

A VTT

- ▶ 7 itinérances recensées comme « visibles »

A VÉLOROUTE

- ▶ 6 itinérances recensées comme « visibles »

A CANOE

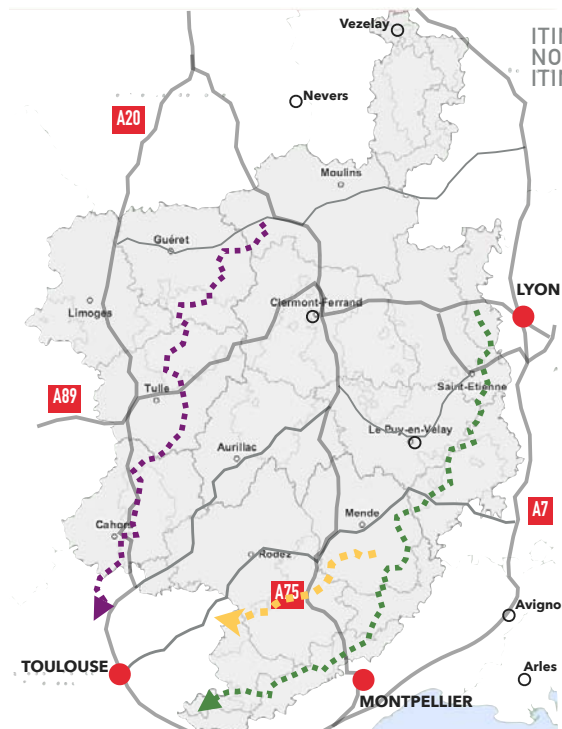
- ▶ 5 itinérances recensées comme « visibles »

A CHEVAL

- ▶ 8 itinérances recensées comme « visibles »

NEIGE

- ▶ 2 itinérances « visibles »



A PIEDS

- ▶ GR7 : les marches...

A VÉLOROUTE

- ▶ V90 : Montluçon - Montauban

A CANOE

- ▶ Le Tarn en Canoé

GRILLE ANALYSE PROSPECTIVE

▶ Visibilité et communication

- ▶ Notoriété, storytelling
- ▶ Présence médiatique
- ▶ Revente et vente en ligne
- ▶ Supports diversifiées de communication
- ▶ Fluidité

▶ Démarche marketing

- ▶ ciblage clientèle nouvelle
- ▶ cohérence produit

▶ Services

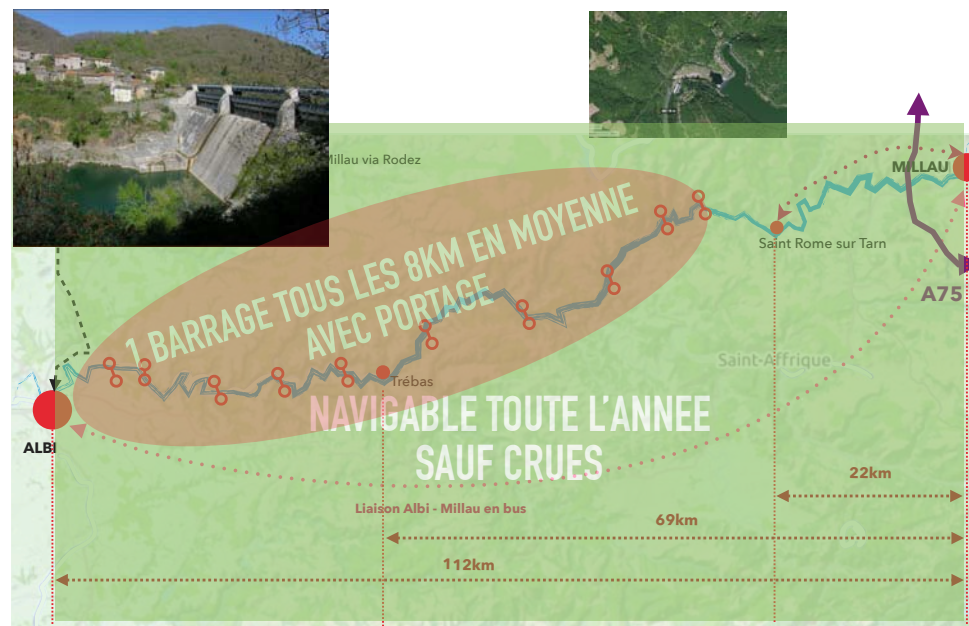
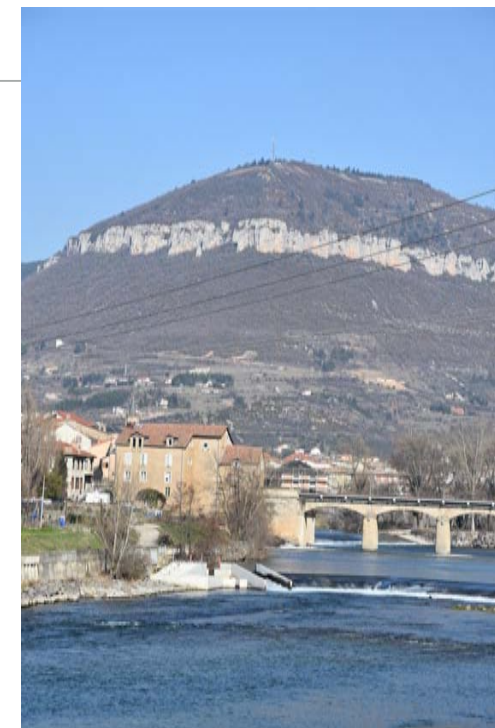
- ▶ hébergement
- ▶ Portage et transfert
- ▶ Ravitaillement
- ▶ Bien être et sécurité
- ▶ ciblage
- ▶ cohérence produit

▶ Infrastructures

- ▶ Accès - Transport
- ▶ Sentiers
 - ▶ typologie
 - ▶ confort
 - ▶ sécurité juridique
 - ▶ balisage et Entretien
 - ▶ QPE
 - ▶ Aménagement +

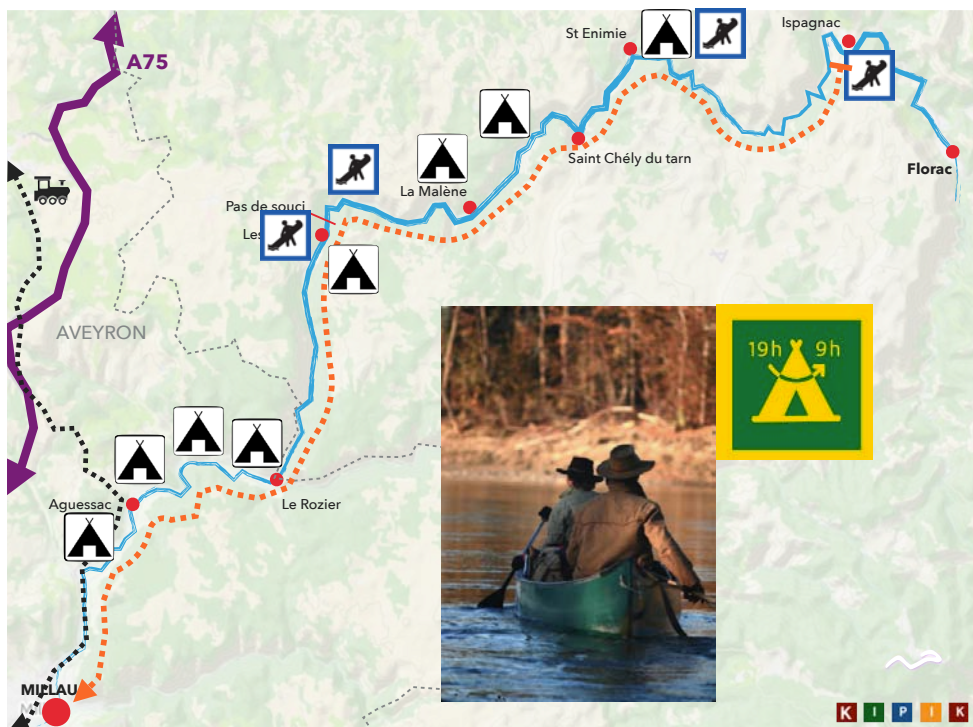
FAISABILITE TECHNIQUE

- ▶ La rivière : **un milieu « à risques »**
- ▶ **100km d'itinérance de qualité.** d'Ispagnac à St Rome du Tarn
- ▶ **200km potentiels** de Florac à Albi.
- ▶ **L'hypersaisonnalité** des gorges du Tarn. (hébergements - services)
- ▶ Le **défaut d'opérateur** spécialisé.
- ▶ Des « **petits** » **aménagements à réaliser.**
- ▶ **Réseau mobile continu** sauf après Millau.



POSITIONNEMENT GLOBAL

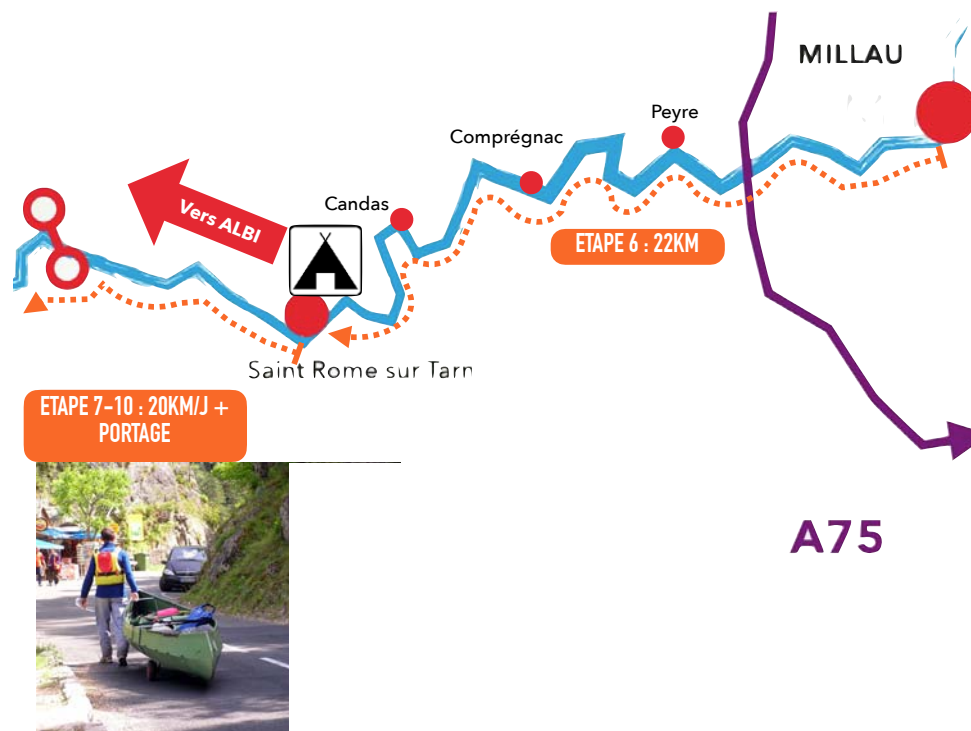
- ▶ Etapes entre **10 et 22km** / jour
- ▶ **Un pôle d'accessibilité : MILLAU**
train + A75 + hébergements + restauration + services + animation + équipement + circulation à pieds...
- ▶ **Un pôle d'accessibilité secondaire : Florac**, via Alès.
- ▶ **Une saisonnalité de Mars à Octobre.**
Vacances de Pâques à Toussaint.
- ▶ **Un coeur de saison « itinérances »**
1er mai au 15 juillet.
- ▶ Une période « noire » **du 15 juillet au 15 août, à contourner**



PROPOSITION PRODUIT

LES JEUNES (16-30ANS) OUTDOOR - XTREM

ACCESSIBILITE	PRODUIT	TARIF	PERIODE	PROMOTION
MILLAU	Transport - matériel - feuille de route - info sécurité - transport retour	PACKAGE par jour / pers : 25-30€ 5 à 6 jours	MARS - OCTOBRE	Marketplace dédiée « ITINERANCE TARN » - Plateforme vente en ligne - article Carnets d'Aventures - blog du type Expémag - équipementiers partenaires
A75 - Train - covoiturage	Hébergement libre Longueur étape variable	Extension Albi - 20€/J	La plus large	



PROPOSITION PRODUIT



LES 30-60 ANS FAMILLE
« URBAIN NATURE HEDOSPORTIF »

ACCESSIBILITE	PRODUIT	TARIF	PERIODE	PROMOTION
MILLAU	Transport - matériel -feuille de route - info sécurité - Mallette « tarNature » - transport retour + hébergement camping	PACKAGE par jour / pers : 45€ 4 jours - 3 nuits 3 jours - 2 nuits	1er mai - 1er septembre	Marketplace dédiée « ITINERANCE TARN » -Plateforme vente en ligne - article Graine de voyageurs - blog du type Expémag - TO classique
A75 - Train	Hébergement Réservé Option kit hébergement	Repas en sus		

canoe compagny

K I P I K

PROPOSITION PRODUIT



LES 30-60 ANS FAMILLE
« URBAIN NATURE HEDOSPORTIF »

ACCESSIBILITE	PRODUIT	TARIF	PERIODE	PROMOTION
MILLAU	Transport - matériel - matériel cuisine - feuille de route - info sécurité - mallette « tarNature » - transport retour + hébergement HÔTEL	PACKAGE par jour / pers : 90€ 4-5 jours	15 mai - 15 septembre	Marketplace dédiée « ITINERANCE TARN » -Plateforme vente en ligne - article Graine de voyageurs - blog du type Expémag - TO classique
A75 - Train - covoiturage	Hébergement Réservé Transport de bagages	Repas en sus		

Hotel Doussière

Auberge du moulin

K I P I K



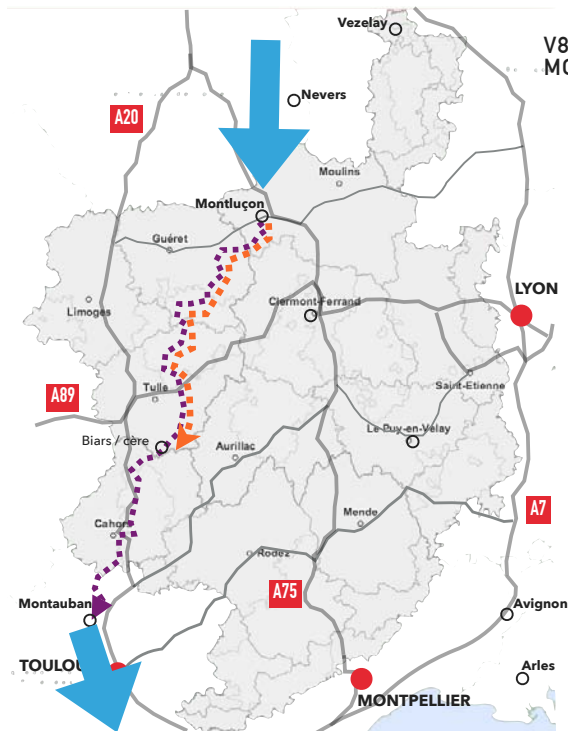
CREER UN ÉVÈNEMENT POUR LANCER LA PROPOSITION « ITINERANCE » !

46

« SLOW ÉVÈNEMENT »

OPEN CANOE

<http://apps.tourisme->



V87 : VELOURTE MONTLUÇON - MONTAUBAN 47

AVANCEMENT DU PROJET

- ▶ Une itinérance **non finalisée**
- ▶ **2 départements moteurs** (Creuse - Corrèze)
- ▶ **Un positionnement clair**
- ▶ Des difficultés pour poser « **un mythe** » sur cet itinéraire.
- ▶ pas de coordination globale.
- ▶ La partie « Sud » reste à aménager.
- ▶ Une **offre d'hébergement potentiel** .