

Retour sur les conférences du salon Green France : Le voyage d'aventure de demain



Programme : <https://www.greenfrance.org/greenfrance-2022-le-programme/programme-des-conferences/>

Auvergne Rhône Alpes Tourisme a organisé le salon Green France qui se tenait les 16 et 17 mai derniers au WTC et a réuni près de 200 personnes au cours de ce salon qui traitait des thématiques outdoor et bien-être en AURA. C'est dans ce contexte que l'agence régionale du tourisme a réuni plusieurs intervenants au cours d'une après-midi de conférences à propos du voyage d'aventure de demain pour répondre à la question : Pourquoi et comment voyagerons-nous demain ?

Cette session de conférences était construite autour en 4 approches différentes avec des intervenants acteurs du secteur.

Approche clients

- Delphine Chabert (Auvergne-Rhône Alpes Tourisme)
 - Guilhem Poncy (Responsable Pôles études et data - Auvergne-Rhône Alpes Tourisme)
 - Benjamin Thaller (Directeur exécutif Outdoor Sport Valley)
-
- Selon une étude Booking après Covid, on note une accélération de la tendance des **voyages « durables »** et cette tendance est très présente chez les **18-24 ans**,
 - Une étude Auvergne Rhône Alpes Tourisme montre une limite au niveau **des labels, trop nombreux et pas assez connus** (+ de 200 labels « verts » identifiés), et donc, inefficaces d'un point de vue marketing,
 - Méfiance des consommateurs vis-à-vis de ces voyages durables due au greenwashing de certains groupes ces dernières années,
 - Transition chez les consommateurs « aventuriers » qui **recherchent aujourd'hui plus de proximité et plus de mobilités douces** (exemple de la pratique du véloski l'hiver),
 - L'histoire que l'on raconte devient aussi voire plus importante que la performance sportive,
 - **De nouveaux usages outdoor inattendus apparaissent**, le gravel, le voyage en fast & light, c'est la tendance de voyager avec peu de matériel mais rapidement,
 - Emergence de l'importance de la **culture locale**, les voyageurs cherchent à recopier les activités des locaux car ce sont eux qui connaissent les meilleurs spots « sauvages » et

comment en profiter (exemple de la série de vidéo « Outdoor en circuit court » de OSV avec Fabien Maierhoffer),

- Emergence des **micro-aventures bouscule les vacances traditionnelles**, créée de nouvelles possibilités et périodes de vacances

Approche médias

- Sylvain Bazin (Journaliste spécialisé outdoor et running, co-auteur de 4 cyclo-guides Glénat)
- Pascal Maltherre (Fondateur Niveales Medias)
- Bertrand Charvet (Mhikes / Decathlon Outdoor)
- Les médias cherchent à répondre aux nouveaux besoins des consommateurs, aux **nouvelles pratiques qui changent régulièrement**,
- Développement du **fast hiking**, la randonnée se transforme et se rapproche du trail,
- 2 plateformes Decathlon proposent des séjours plus ou moins longs dans la nature : **Decathlon Outdoor** qui se concentre sur les micros expériences (moins d'une journée) à côté de chez soi et **Decathlon Travel** qui propose des expériences sur plusieurs jours,
- Ouverture des applications de parcours sportifs ou voyage à la communauté **nécessite beaucoup de modération** pour éviter la diffusion de parcours inadaptés (propriétés privées, zones protégées, risquées...) ou encore tenter de limiter la « surfréquentation » de certains sites,
- De **néo usagers** arrivent et n'ont pas les codes de la montagne (respect des territoires & des autres usagers) et cela crée **un besoin d'éducation par les différents acteurs**, guides de montagne, territoires...,
- Les médias ont, eux aussi, leur rôle à jouer dans cet objectif d'éducation,
- Une nouvelle problématique peut exister avec l'émergence des influenceurs qui vendent la montagne mais pas la sécurité

Approche territoires

- Clémence Damians, (Chargée de mission Saint-Jacque, Office de tourisme du Puy en Velay)
- Sébastien Maillant Rosset (Coordinateur, Société d'économie Alpestre 73)
- Mathias Magen, (Chargé de mission tourisme, Parc national des Ecrins)
- De nouveaux paramètres liés au **changement climatique** en Auvergne Rhône Alpes : des journées plus chaudes et moins de neige d'année en année,
- La SEA73 organise la **cohabitation des usagers de la montagne avec les éleveurs mais aussi pour protéger les territoires**,
- Mission au quotidien pour éduquer les différents acteurs et organiser les territoires mais aussi lors du passage **d'événements sportifs (ex : UTMB)**,
- Pour les événements, la SEA organise **des discussions en amont entre organisateurs, éleveurs et espaces pastoraux** afin de trouver des accords (mais il est parfois difficile de contrôler le passage de coureurs les jours précédant la course),
- Besoin **de supports de communication & d'ambassadeurs** pour transmettre ces messages,
- Mise en place **d'educ-tour** à la rencontre des agriculteurs
- Dans les Ecrins, mise en place de **point d'intérêts** le long des randonnées pour organiser la visite des randonneurs,
- Les comportements des néo usagers sont à contrôler car ils peuvent être **irrespectueux des espaces naturels**,

- Pour éduquer ces nouveaux consommateurs, **les guides** viennent à leur rencontre pour les sensibiliser et les informer,
- Intervention **d'Isère Outdoor** : La solution Isère Outdoor est construite en collaboration avec les chasseurs, les alpages pour une meilleure adaptation de chacun des acteurs. Elle permet aussi de gérer les flux, notamment en cas de surfréquentation, la randonnée peut être retirée temporairement de la plateforme.

Approche agences de voyage

- Thomas Callens (Directeur de Production Asie / Amérique Latine, Terres d'aventure)
 - Les études AURA tourisme montre que la **nouvelle clientèle est à la recherche du plaisir avant l'effort**,
 - **Terres d'aventures agit dans une démarche RSE** avec un objectif 0 carbone, ils absorbent les émissions de gaz des voyages à effet de serre en plantant des arbres à chaque voyage vendu,
 - Développement des **voyages à vélos** qui font aujourd'hui partis des best-sellers,
 - Augmentation des ventes des **micros aventures** en agences de voyage (sur quelques jours, un week-end).

En parallèle de ces conférences, le salon était l'occasion de découvrir des entreprises venues de plusieurs régions françaises pour exposer.

Notre coup de cœur :

Outdooractive est une entreprise qui propose un service complet de solutions pour tous les acteurs du tourisme. La solution englobe la gestion des données, le marketing, la technologie web et l'application afin de faciliter sa mise en place. Cette solution permet aux acteurs du tourisme de pouvoir contrôler leur flux de visiteurs et de mettre en avant leurs territoires sur une plateforme ouverte à tous. Outdooractive bénéficie d'une communauté de plus de 12 millions de membres. Pour ces utilisateurs, la solution permet de découvrir de nombreux parcours partagés par la communauté et les professionnels du tourisme mais aussi de créer ses propres itinéraires pour chaque type d'activité et d'étudier les cartes de la région, le tout, au format digital.

