

GUIDE

Pourquoi se mettre en réseau autour
d'un itinéraire de randonnée pédestre ?



S O M M A I R E

- LE POTENTIEL DE LA RANDONNÉE PÉDESTRE ITINÉRANTE
- LES RANDONNEURS, UNE CLIENTÈLE À PART ENTIÈRE
- LA MISE EN RÉSEAU, POUR QUOI FAIRE ?
- UNE DIVERSITÉ D'ACTEURS CONCERNÉS



LE POTENTIEL DE LA RANDONNÉE PÉDESTRE ITINÉRANTE

Il est aujourd'hui certain que cette filière génère des retombées significatives pour les territoires et leurs acteurs touristiques, dont ils ne pourraient maintenant plus se passer. La diversité des pratiques, de la saisonnalité et des clientèles fait de la randonnée pédestre un levier majeur de croissance et d'emploi, mais constitue également un puissant facteur d'attractivité pour les territoires.

DES RETOMBÉES SUR LES 3 PILIERS DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

- ✓ De 50€ à 150€ de dépenses /jour /personne
- ✓ Fréquentation principalement sur les ailes de saison
- ✓ Durée moyenne de séjour : 5 à 7 jours
- ✓ Consommation locale privilégiée
- ✓ Pour la GTA, 1€ d'investissement = retour de 5€

RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

- ✓ Favorise le bien-être et les échanges
- ✓ Maintien de service et d'animation en zone rurale
- ✓ Mise en réseau des acteurs touristiques et économiques
- ✓ Attractivité pour les clientèles jeunes

RETOMBÉES SOCIALES



IMPACT ENVIRONNEMENTAL

- ✓ Randonneurs itinérants sensibles aux mobilités douces
- ✓ L'itinérance engage des changements dans les habitudes de consommation
- ✓ Valorisation du patrimoine culturel et naturel
- ✓ Labels environnements en croissance



POTENTIEL DE LA RANDONNÉE PÉDESTRE ITINÉRANTE

VALEURS AJOUTÉES DE L'ITINÉRANCE

- 1 Une saison estivale plus longue**
50% de la fréquentation sur les ailes de saison (printemps et automne)
- 2 Des touristes itinérants qui dépensent plus**
De 15% à 20% de plus que les clientèles en séjour
- 3 Un levier pour le développement du tourisme durable**
De part le maillage territorial et les retombées locales
- 4 Les hébergements marchands fortement plébiscités**
Mais aussi des services sollicités comme le transport (personnes et bagages)
- 5 Constitue une destination à part entière**
Autant pour les clientèles de proximité, nationales ou encore internationales

QUELQUES ILLUSTRATIONS SIGNIFICATIVES

En Savoie, sur 2 500 randonneurs interrogés, 13% sont des itinérants qui réalisent en moyenne un séjour itinérant d'une durée de 7 jours

Dans les Alpes de Haute-Provence, le randonneur itinérant type réalise un voyage sur une durée moyenne de 12 jours.

En Vanoise, les séjours itinérants représentent 11% des visites dans le territoire, soit une augmentation de 3 points entre 2006 et 2012.

Source : CCI de Digne, avril 2016

DES ÉVOLUTIONS DU SECTEUR TOURISTIQUE EN FAVEUR DU DÉVELOPPEMENT DE L'ITINÉRANCE

- Effritement de la fréquentation estivale en zone de montagne,
- Premiers effets du changement climatique,
- Vieillesse des clientèles touristiques,
- Mouvement de métropolisation,
- Urbanisation des modes de vie.



POTENTIEL DE LA RANDONNÉE PÉDESTRE ITINÉRANTE

L'itinérance touristique s'affiche aujourd'hui comme un véritable outil de développement d'une économie touristique responsable et durable en montagne. Les orientations stratégiques du "Massif des Vosges", avec une filière destinée à l'itinérance, viennent d'autant plus confirmer le potentiel de développement de cette pratique touristique.

TENDANCES SOCIÉTALES FAVORABLES

- Besoin de ressourcement,
 - Désir croissant de retour à la nature,
 - Augmentation des attentes en matière de pratiques sportives, outdoors et de pleine nature
 - Désir de coupure avec le travail et le stress,
-
- Nouvelles attentes des touristes :
 - Tourisme de patrimoine et gastronomique,
 - Envie de découvertes et d'expériences,
 - Désir de partage et de rencontres,
 - Nouvelles formes de tourisme plus doux et durable.

Aujourd'hui, on constate que le développement du tourisme d'itinérance douce repose sur des filières structurées et organisées, ce autour d'acteurs mobilisés et investis.

Collectivités territoriales, professionnels de l'accueil et de la restauration, opérateurs touristiques, organismes de promotion, fédérations, associations locales et même les populations locales...

Ce genre de dynamique d'acteurs vient finalement conforter la nécessité, le désir et l'ambition d'une vraie solidarité en zone de montagne, dont les bénéfices dépassent largement le domaine du tourisme, alimentant l'identité économie, sociale, culturelle des massifs, et bien plus encore.



LES RANDONNEURS, UNE CLIENTÈLE À PART ENTIÈRE

Il est aujourd'hui possible d'affirmer que les touristes itinérants représentent, pour les territoires et leurs acteurs touristiques, une clientèle à fort potentiel.

Contrairement aux idées reçues, ce type de touristes ne vient pas remplacer la clientèle de séjour mais offre aux territoires l'opportunité d'attirer une nouvelle clientèle.

Si le territoire accepte d'être découvert comme une étape, cela va pouvoir lui permettre de jouer ses propres atouts. Si les itinérants apprécient l'accueil et la qualité de l'offre, un lien va se créer et ces touristes reviendront sur le territoire pour un séjour plus long ou recommanderont la destination à d'autres personnes.

Source : GTA Move Your Alps

Les randonneurs, une clientèle qui...

- Apprécie la nature et les beaux paysages,
- A envie de découvrir les patrimoines,
- Aime la gastronomie locale,
- Recherche du confort et de la qualité,
- A soif de découverte,
- Apprécie le partage et la convivialité,
- Cherche à faire des rencontres.



4 PROFILS DE RANDONNEURS DISTINGUÉS

Dans la clientèle de randonneurs qui pratiquent l'itinérance, on retrouve différents profils aux caractéristiques distinctes. On retrouve des critères comme l'âge, la catégorie socioprofessionnelle, le type de foyer ou le sexe mais aussi d'autres critères en lien avec le niveau de pratique, les critères de choix, motivations ou encore les types d'hébergement privilégié.



Les randonneurs **SPORTIFS**

Hommes urbains - CSP +
En couple ou entre amis
Campings, refuges et Chambres d'hôtes
Courts et moyens séjours
Aventure & sensation



Les randonneurs **PLAISIRS**

- de 45 ans - CSP intermédiaires
En couple ou en famille
Hôtels, Gîtes et Chambres d'hôtes
Courts et moyens séjours
Confort, qualité & découverte



Les randonneurs **SÉNIORS**

+ de 50 ans - Retraités
En couple ou entre amis
Gîtes d'étape, chambres d'hôtes et hôtels
Longs séjours
Santé, confort & découverte



Les randonneurs **DÉTENTE**

- de 45 ans - CSP intermédiaires
En famille ou en couple
Hôtels, locations et campings
Moyens et longs séjours
Détente, loisirs & découverte



★ Les étoiles permettent d'indiquer les profils à cibler en priorité dans les Vosges.

Pour plus d'informations sur les profils de randonneurs, consultez le guide touristique "**La randonnée pédestre & les randonneurs itinérants**"

LA MISE EN RÉSEAU, POUR QUOI FAIRE ?

Se mobiliser, travailler ensemble, collaborer, créer des partenariats...

Ce genre de dynamique d'acteurs permet, dans le domaine du tourisme, de créer une unité mais aussi une qualité dans l'offre touristique proposée tout en donnant une visibilité aux professionnels membres du réseau.



AVANTAGES DE LA MISE EN RÉSEAU Autour d'un itinéraire de randonnée

① VISIBILITÉ & LISIBILITÉ DE L'OFFRE DE RANDONNÉE

- Proposer une offre d'itinérance pédestre plus visible pour les clientèles de randonneurs,
- Centraliser les informations en lien avec l'itinéraire de randonnée pour faciliter la préparation du séjour pour la clientèle de randonneurs.

Hébergements, restaurateurs, loisirs, visites, services proposés, informations pratiques, conseils, cartographie, itinéraire, étapes possibles, etc.

② MUTUALISER ENTRE TOUT LES MEMBRES

- Les compétences,
- Les moyens financiers,
- Les moyens matériels,
- Partage d'expériences et de conseils.

③ COMMUNICATION COMMUNE AUTOUR DE L'ITINÉRAIRE

- Une identité commune,
- Des actions de promotion collectives,
- Organisation et/ou participation à des événements rassemblant tout les acteurs,
- Des supports de communication communs.

④ DYNAMIQUE & SOUTIEN ENTRE TOUT LES MEMBRES

- Solidarité entre les acteurs,
- Création d'une véritable dynamique territoriale au niveau du développement et de la promotion de la randonnée pédestre,
- Permet d'attirer des investisseurs et entrepreneurs qui viennent compléter l'offre sur l'itinéraire de randonnée.

« Tout seul on va plus vite, ensemble on va plus loin. »

Proverbe Africain

Au final, ces avantages offerts par la mise en réseau des acteurs touristiques permettent d'attirer de nouveaux touristes itinérants sur le territoire et donc d'engendrer des retombées économiques plus importantes pour les différents acteurs. 6



UNE DIVERSITÉ D'ACTEURS CONCERNÉS

Dans l'industrie touristique, la randonnée pédestre rassemble aujourd'hui une diversité d'acteurs. Ces derniers sont concernés par cette filière de façon plus ou moins directe, et ont différents impacts sur cette pratique. Certains acteurs, comme par exemple les hébergeurs ou encore les voyagistes, ont un rôle central dans ce type de tourisme, alors que d'autres vont intervenir de façon plus indirecte, comme notamment les restaurateurs ou encore les prestataires d'activités.



LÉGENDE

RELATION...

— DIRECTE INDIRECTE