



NOTE DE SYNTHÈSE

Étude IPAMAC « L'itinérance dans le Massif Central : nouvelles formes et nouveaux itinéraires »

Mai 2017



Contexte de l'étude

Cette note de synthèse vient à la suite d'un travail d'étude conduit par l'équipe de KIPK Conseils à l'initiative de l'IPAMAC sur la période de septembre 2016 à avril 2017. L'étude s'est réalisée en 2 phases :

- un travail **d'analyse prospective sur l'itinérance dans le massif central** conduit au travers d'une analyse bibliographique, de 2 réunions d'un groupe prospectif et d'un benchmark sur des itinérances européennes et étrangères
- un travail d'**identification des itinérances « visibles » du massif central** et d'analyse de 3 itinérances pour identifier les **leviers d'amélioration** pour correspondre aux attentes de demain.

Des rencontres intermédiaires ont permis de repositionner le travail vers une plus grande opérationnalité.

Les travaux ont fait l'objet d'un support de présentation pour les 2 phases d'étude ainsi qu'une **présentation finale du travail à Alès le 08 mars 2017**.

L'étude a été rendue sous la forme de **2 rapports écrits** pour chacune des phases :

PHASE 1 : Prospective en janvier 2017

PHASE 2 : Identification et pistes d'amélioration en mai 2017

Principaux résultats de la phase Prospective

Le travail prospectif devait permettre d'apporter des éléments de réponse sur **ce qui devrait caractériser le tourisme itinérant non motorisé d'ici les plus ou moins 20 prochaines années**.

Les principaux éléments qui caractériseraient les itinérances qui fonctionneront seraient les suivants :

- ▶ **Une fluidité et une facilité dans l'information** et dans l'approche marketing
- ▶ **Une accessibilité physique** calée sur l'intermodalité



- ▶ **Le choix d'un ou plusieurs itinéraires phare devenant mythiques** avec des dénominations fortes
- ▶ 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** » **public-privé**
- ▶ Des modes de fonctionnement s'inspirant du **mode communautaire** (réseaux sociaux)
- ▶ Une **appropriation locale** des parcours et une implication dans leur entretien et leur vie

Les ENJEUX perçus pour le Massif Central sont donc :

- ▶ Être **VISIBLE** dans un environnement très concurrentiel et mondial
- ▶ Être **ACCESSIBLE** sans voiture
- ▶ Être **ATTRACTIF** pour le public français vis à vis de destinations plus exotiques
- ▶ « **CLUSTERISER** » la gouvernance des itinéraires pour une QUALITE globale
- ▶ Créer puis entretenir le **MYTHE**.
- ▶ **VALORISER** pour CONSERVER les aménités culturelles, patrimoniales, gastronomiques.
- ▶ **HEBERGER** plus et mieux

Les ATTENTES des clientèles évolueront autour de critères :

- ▶ **La quête de SENS** ! « Vivre le mythe ».
- ▶ **La FLUIDITE** dans toutes les étapes depuis chez soi jusque sur le chemin
- ▶ **L'ACCESSIBILITE** via les transports en commun
- ▶ **Le PLAISIR** avant l'effort.
- ▶ **L'ACCOMPAGNEMENT** dès « la 1ère rencontre ».
- ▶ **LA VARIETE** des paysages, etc.
- ▶ **La RENCONTRE**
- ▶ **Le PARTAGE** via la connectibilité
- ▶ Un **HEBERGEMENT « SERVICES à la carte »**
- ▶ **De nouvelles FORMES d'itinérances** : les marches (Trail, marche nordique, rando), le vélo et le VTT, les assistances (animaux, assistance électrique)



car **les clientèles de demain** seront :

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

Le travail a également permis de **caractériser des segments de clientèles** et d'associer pour chacune les actions à conduire pour les toucher...

Le travail de benchmarking a permis de compléter l'analyse prospective pour proposer **un schéma reprenant les clefs de la réussite d'une itinérance.**

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

LES CLEFS DE REUSSITE D'UNE ITINERANCE

29

Le mythe

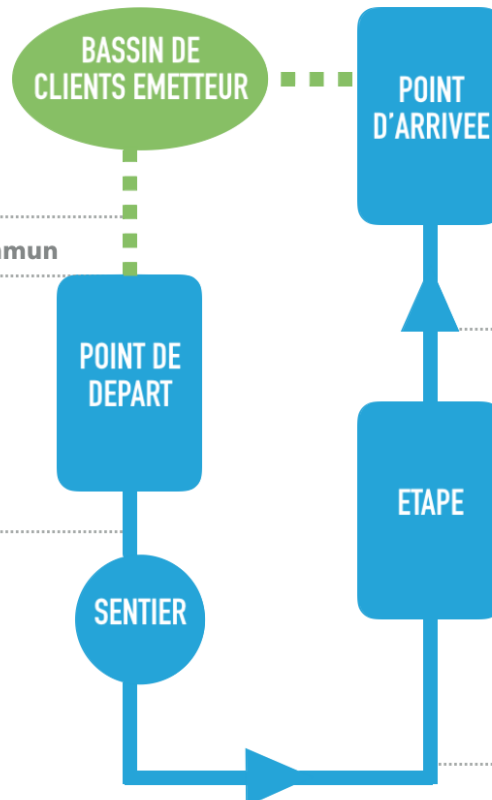
- ▶ Site WEB et Réseaux Sociaux : place de marché
- ▶ Topoguides et traces gratuites
- ▶ goodies et événements

Accès Transport en commun

- ▶ **Hub mobilité**
- ▶ Hébergement varié
- ▶ **Lieu Accueil -ENTREE**
- ▶ Symbolique départ
- ▶ Services (bagages,...)
- ▶ Services de location
- ▶ WIFI gratuit

Étape de base 12km

- ▶ **2-4 / 7 jours**
- ▶ **Trace multipratique visible**
- ▶ < 20% d'asphalte
- ▶ Variété des revêtements
- ▶ **Mise en perspective du Patrimoine.**
- ▶ **Balisage 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



Principaux résultats de la phase identification des itinérances et leviers d'amélioration

Le travail de la phase 2 a croisé l'analyse de l'offre et de la demande d'itinérance et a fait comme premier constat : le caractère « vieillissant » de l'offre d'itinérance du massif Central au regard de nouvelles formes d'itinérances du type **voies vertes connectées à l'urbanité**, ou d'**offres mieux diffusées et commercialisées**, notamment à l'étranger.

56 itinérances visibles ont été identifiées à l'échelle du Massif Central dont 28 à pied mais seulement 2 itinérances sont reconnues en France et à l'étranger :

- ▶ le chemin de st jacques, du Puy à Conques (25000 pers/an)
- ▶ le chemin de Stevenson (6000 pers /an)

Pour autant, la multiplication de l'offre de randonnée à pied (GR® -GRP®) ne génère pas de flux supplémentaires et de réelles retombées :

- par manque de lisibilité de l'offre
- par inadaptation du produit à l'attente des clients (accessibilité, service, difficultés, etc.)
- par défaut ou difficulté de gouvernance

alors que des **potentiels spécifiques du massif central sont peu ou pas valorisés** (diversité paysagère - rivières navigables et sauvages - espace humanisé et ratio effort / dépaysement).

L'étude a approfondi 3 itinérances pour analyser les leviers d'amélioration pour coïncider avec les attentes de demain :

- ▶ **le GR®7** et l'expérimentation de plusieurs formes de marche (TRAIL, Marche Nordique, Rando « jeune »)
- ▶ **le canoé sur le TARN** d'Ispagnac à Albi
- ▶ **la Véloroute V87** de Montluçon à Montauban

Principaux enseignements

- ▶ Le massif Central dispose indéniablement sur le papier d'un **très fort potentiel d'itinérance** correspondant aux attentes des clientèles de demain et particulièrement les Parcs naturels (régionaux ou nationaux).
- ▶ L'offre d'itinérance à pied est à ce jour pléthorique au regard de son intérêt réel pour les clients d'aujourd'hui, et pour ceux de demain. Cela est notamment dû à un défaut d'approche marketing et de gouvernance.
- ▶ L'accessibilité sans voiture aux itinéraires, les services, la visibilité et la segmentation de l'offre sont les points majeurs de vigilance.
- ▶ Le benchmark international nous a également présenté comment l'itinérance, au-delà d'un « simple » produit touristique, peut-être **la colonne vertébrale d'une stratégie territoriale de développement durable**.
- ▶ A l'échelle du massif central, l'itinérance sous la forme de « Grande Traversée » intra et inter-parc permettrait singulièrement de répondre aux enjeux de l'itinérance de demain.

Etude soutenue par



PRÉFET
COORDONNATEUR
DU MASSIF
CENTRAL
cget
Massif central

menée par le bureau d'étude **KIPK Conseils**



kipikplus@gmail.com