



 **ACTIVITÉS DE
PLEINE NATURE**
JOURNÉES PARTENARIALES
7 & 8 MARS 2023 - MILLAU

SYNTHESE DES TABLES RONDES

INTERVENANTS

Journées animées par Serge MORO-SIBILOT, rédacteur en chef du magazine « Esprit Trail »

SAVOIR S'ADAPTER - Adapter son offre aux enjeux environnementaux et aux attentes des nouvelles clientèles

Christelle BEDES, ADEME - Agence de la transition écologique
Constance LONGOUR, Ligue de Voile Occitanie, réseau Nautigliss
Margaux MARIE, Comité Régional Occitanie des Clubs Alpins et de Montagne, & Entrepyp
Claude SARAGON, Comité Régional d'Équitation d'Occitanie
Florence LAPARRA, Agence des Pyrénées

CREER ET VENDRE - Nouvelles offres, nouveaux canaux de distribution

Maxime POISSON, Wish One
Alexis JUNILLON, Co Aventure
Lorène GUILLARD, En immersion
Kevin BLANCHARD, Lezprit Requite

CHANGER SA COMMUNICATION - Communiquer, sensibiliser, s'engager

Marie MAJKOWIEZ, Tom Rafting
Romain TARRUSSON, Festival What a Trip
Kevin BERTRAND, Festival des Templiers
Christian SABATHIER, Agence Départementale de l'Attractivité et du Tourisme de l'Aveyron

SE DEPLACER AUTREMENT - Les mobilités décarbonées, la clef pour l'accessibilité des APN's

Sandrine CHARNAY, Parc Naturel Régional des Grands Causses
Pierre-Yves LE GUEN, La Malle Postale
Dorian MATEOS, Agence de développement touristique (ADT) de l'Aude & Gilles DELERUE, Hérault
Tourisme
Gilles GUIRAL, Communauté d'Agglomération Royan Atlantique

OUVRIR SES HORIZONS - Les APN, l'espoir pour demain

Flavie GIRARDET, Pole Ressources Vallon Pont d'Arc - Coordinatrice CPJEPS et Préqual aux métiers
du sport et de l'animation
Charlène GORSE, Comité Régional Handisport Occitanie
Olivier BESSY, Centre national de la recherche scientifique (CNRS)
Pierre TORRENTE, Campus des métiers du tourisme pyrénéen, Président du Festival Eldorado

11h15-12h00 : LES JO 2024 : ET APRES ? Comment capitaliser sur l'après JO 2024 pour les APN ?

Frédéric HIDEUX, Office de Tourisme Millau Grands Causses
Antoine LE-BELLE, Centre de Ressources d'Expertise et de Performance Sportive (CREPS)
Thibaut FRAY, Comité Régional du Tourisme et des Loisirs Occitanie

SAVOIR S'ADAPTER

Adapter son offre aux enjeux environnementaux et aux attentes des nouvelles clientèles

Le respect de l'environnement est une priorité. Les pouvoirs publics ont intégré cette donnée et du côté de l'État, l'ADEME accompagne les acteurs de terrain vers ce changement de modèle économique, tant par des Appels à Projets que des Appels à Manifestation d'Intérêt, dans le cadre du Plan France Relance. Voile, tourisme équestre, refuges en montagne, stations de ski, les initiatives se multiplient.

Les structures régionales d'APN se sont saisies de cette opportunité et font évoluer leur offre :

Constance LONGOUR avec *la Ligue de Voile Occitanie* et le réseau Nautigliss cherche à développer des offres commerciales de nautisme, en direction d'un public plus large que les seuls licenciés de la Fédération Française de Voile : l'objectif est de soutenir et diffuser des offres de Slow tourisme en supprimant tous les bateaux à moteurs, pour y substituer des produits d'itinérance douce intégrant des sensibilisations des pratiquants à la faune et la flore.

Margaux MARIE, pour la FFCAM Occitanie, adapte l'offre « Refuge » et la propose à un public de proximité non consommateur de ce type d'activité. Un dispositif coconstruit avec les gardiens : il s'agit de promouvoir les refuges accessibles, avec un message pédagogique, en expliquant les codes de la montagne. C'est une vraie évolution des refuges, passant de l'abri d'étape à une destination à part entière ! Désormais, on peut y dormir plusieurs nuits, et randonner en étoile autour du refuge.

Claude SARAMON, avec le Comité Régional d'Équitation d'Occitanie conçoit des grands itinéraires construits sur des composantes de l'identité de l'Occitanie, comme le chemin des Etoiles, incluant le Pic du Midi et l'aérospatiale à Toulouse. Les projets ont été bâtis pour correspondre aux critères de financements publics, et en cherchant à couvrir les 13 départements. Avec les fonds de l'ADEME, il a été initié un répertoire de l'offre de sentiers et de prestataires, collectant ensuite des propositions en étoile autour des itinéraires et centres existants. Le grand itinéraire équestre, plus qu'un produit réellement consommé, est pertinent comme outil de promotion, conférant une valeur ajoutée à un produit local ! La première phase du projet : 3 grands itinéraires thématiques qui vont être ouverts à tous. Sur ces trois itinéraires structurés, recherche d'un effet d'irrigation des offres locales pour une consommation de type loisirs en boucle.

Florence LAPARRA, présente l'initiative de l'Agence des Pyrénées, créée le 1er janvier 2021, qui se consacre au développement, à la valorisation et à la préservation du massif des Pyrénées. L'Agence accompagne les Pyrénées vers un nouveau modèle de développement et de gestion durable des ressources, en particulier les projets pilotes. Elle accompagne le développement de nouvelles filières, comme le vélo, en structurant une dynamique collective « Pyrénées terre de vélo » créatrice de valeur. La problématique de l'évolution du modèle des stations de ski est au cœur de la réflexion de l'Agence.

CREER ET VENDRE

Nouvelles offres, nouveaux canaux de distribution

L'envie de produits différents et de voyages évolue dans le bon sens. Les propositions se font plus nombreuses, avec beaucoup d'énergie et d'innovations. Des sorties en Gravel, des rencontres intimistes, des événements festifs en dehors de grands sites, des réservations plus faciles, des circuits vertueux de réemploi, la palette est large !

Maxime POISSON souhaite inciter les gens à rouler, et inspirer un style de vie plus éco-citoyen. Il crée des vélos ayant un impact minimal sur l'environnement, organise des événements pour inspirer la pratique du vélo, et supporte des athlètes dans leurs aventures. A partir de 2023, son atelier de fabrication se déploiera ici, à Millau, sous le viaduc ! Avec un atelier de fabrication de cadres, un show-room, un espace café, des bureaux ouverts. Le territoire et le PNR travaillent avec lui sur la mise en oeuvre du label Terre de Gravel, avec à ce jour un réseau de 500km. L'expérience Gravel à Millau, en Aveyron et sur le PNR, c'est une dizaine de parcours parfaitement adaptés à sa pratique.

Alexis JUNILLON, avec Co-Aventure, plateforme de mise en relation entre prestataires et consommateurs d'activités de nature agrège l'offre d'une cinquantaine de prestataires dont deux nouveaux très significatifs qui illustrent bien l'efficacité d'une distribution performante. Le premier, c'est l'un des plus gros clubs de France de Kayak, à Palavas, avec 400 membres actifs annuels, et qui en saison organise des sorties ouvertes à toutes et tous hors adhérents. Co-Aventure est devenu la centrale de réservation de ce club de Kayak et agit pour le compte du club en transparence à partir du site web du club. L'autre prestataire partenaire commercial de Co-Aventure, c'est l'OT de l'Aigoual, acteur parapublic. Il propose des sorties découvertes pour admirer les mouflons du Mont Aigoual. Avec Co-Aventure, tous les groupes sont partis en 2022, contre 50% en 2021 ! En étant relayées par la plateforme de Co-Aventure, ces sorties sont devenues un produit d'appel.

Lorène GUILLARD, avec En Immersion, « fait voyager » autrement, en dénichant des terroirs moins connus, moins accessibles. Les lieux de destination sont connectés avec leurs habitants, qui deviennent des ambassadeurs de leur terroir. Concrètement, ce sont des micro-immersions de 3 jours à plusieurs semaines pour faire découvrir un terroir, en immersion avec ceux qui le défendent. Les séjours itinérants favorisent les transports en commun, et démarrent en gare. Directement à pied de la gare pour les randonnées ; pour les séjours vélos, les cycles sont disponibles en gare, pour le kayak, c'est le prestataire qui vient chercher le client. A chaque étape, le touriste itinérant profite d'une rencontre d'une ½ journée ou d'une journée avec des habitants sur une thématique. Il s'agit bien d'emprunter d'autres chemins, de se différencier, et aller à l'encontre du tourisme de masse.

Kévin BLANCHARD, avec l'Esprit Réquipe intervient en direction des collectivités, des professionnels du sport et des particuliers. Son objet principal : proposer un nouveau canal de distribution, un nouveau moyen de vendre des produits qui ont déjà eu une première vie. Il s'agit de réemploi, et d'utilisation en seconde main construite sur une collecte de vélos, VTT, articles de tennis, de neige, clubs de golf... 20 tonnes de matériel sont ainsi récupérées à l'année, avec 5 tonnes revalorisées aujourd'hui, avec une large marge de progression pour la revalorisation et le réemploi. L'enjeu est aussi de savoir développer de petites entités de réemploi solidaire au cœur des espaces ruraux diffus, comme ici à Millau : il faut travailler sur des modèles pertinents pour ne pas créer des zones blanches, avec des territoires non couverts par ce type de dynamique solidaire.

CHANGER SA COMMUNICATION

Communiquer, sensibiliser, s'engager

Événement sportif ou culturel, prestations sportives, territoires, la communication et la vente se font plus vertueuses. Diminution du papier, prestataires locaux, clientèle de proximité et impliquée dans cette démarche, voilà les fondamentaux !

Marie MAJKOWIEZ avec TOM Rafting propose des activités sportives et ludiques en eaux-vives et eaux calmes, avec des demi-journées, journées, week-ends et voyages, mais aussi des activités personnalisées et des séjours et événements exclusifs. Leurs 10 000 flyers annuels représentaient à eux seuls 160 kilos de papier, donc 80 000 litres d'eau. Tout ça pour terminer à la poubelle à la fin des vacances, ou même avant. C'est donc la première entreprise de sports d'eaux-vives de la Région à renoncer totalement à la production de dépliants jetables (le stock a été distribué en 2022) au profit d'une solution à la fois digitale et durable : un support cartonné rigide imprimé en quelques centaines d'exemplaires seulement permettant, via un QR code, d'accéder à leur flyer digitalisé, le tout posé sur un support en châtaigner local fourni par une entreprise à 30km de la base.

Romain TARRUSSON, fondateur et délégué général du festival What a Trip, premier événement montpellierain labellisé «événement responsable d'Occitanie». Ce festival international du film de voyage d'aventure de Montpellier est régi par des valeurs fortes portées haut par les membres de son association : respect des autres, des différences, de l'environnement, égalité homme/femme, solidarité, exemplarité, engagement. Autant de valeurs qui les ont conduits à éditer leur charte RSE qui s'applique à toutes les parties prenantes du festival : staff, bénévoles, partenaires, exposants, réalisateurs, photographes, membres du jury... A Montpellier, le Festival What A Trip réduit progressivement ses programmes papier, de 20 000 à 3 000 édités entre la première et la 7^{ème} édition.

Kevin BERTRAND avec le Festival des Templiers rassemble chaque année plus de 10 000 coureurs. L'organisateur développe une méthodologie d'achat rigoureuse, en privilégiant le plus possible les prestataires locaux, avec de nombreux produits du terroir. Pour la signalétique : suppression des banderoles et des oriflammes, remplacés par des arches et des totems en bois, réutilisables d'une année sur l'autre. A noter que même sur l'arrivée, il n'y a plus d'oriflammes de partenaires, mais ces totems en bois qui assurent leur visibilité. Les Templiers communiquent aujourd'hui exclusivement sur leur site Web et sur les Réseaux Sociaux. Plus de flyer ni de Road Book, hormis pour les quelques dizaines de coureurs Elites. Tout est dématérialisé ! Pour autant, on ne constate aucune perte d'information qui serait provoquée par l'absence des supports papiers ! Les Templiers invitent d'ailleurs toutes les épreuves sportives à ne plus publier de flyer ou de road book, pour y substituer le numérique. Les coureurs désormais y sont habitués !

Christian SABATIER : De nombreux changements ont été opérés dans la politique de communication en fonction de l'évolution de la consommation. L'ADT de l'Aveyron segmente désormais beaucoup sa communication, en direction des différentes cibles, et ce pour en optimiser l'impact. La communication globale est peu productive, à contrario de la focalisation par niches qui en accroît l'efficacité. Les ciblage et les adressages se font sur la base de fichiers clients qualifiés, recueillis à partir des demandes digitales et physiques sur salons ou guichets. L'ADT de l'Aveyron accentue ses actions sur les ailes de saison, afin de lisser la fréquentation dans le temps et la répartir sur tout le territoire. Par ailleurs, les éditions papier sont aujourd'hui ciblées : des cartes généralistes, des cartes vélo et une carte accueil camping-car. Le magazine de promotion est désormais pluriannuel et renvoie vers le digital pour du contenu chaud et daté ! Cette politique évite de stocker des documents obsolètes ! Un travail de quantification des tirages correspondant à la capacité de diffusion effective est mis en œuvre, en privilégiant les papiers recyclés.

SE DEPLACER AUTREMENT

Les mobilités décarbonées, la clef pour l'accessibilité des APN

L'alternative à la voiture individuelle - Lutter contre l'autosolisme !

Le mot d'ordre : Halte à l'autosolisme ! Comment proposer des solutions alternatives à la voiture individuelle pour consommer des produits touristiques en espace rural diffus ? Comment se déplacer ? Location de vélos, réseaux de voies et de pistes sécurisées, portage des sacs, des solutions existent et fonctionnent.

Sandrine CHARNAY avec le PNR des Grands Causses a produit et porté un plan de randonnée structurant son territoire, cumulant 3000 km de sentiers multi-pratiques, connectés entre eux, avec un recensement des services à disposition des utilisateurs. Par ailleurs, le PNR des Grands Causses intervient sur les mobilités douces et promeut diverses solutions, comme le service Citiz, un réseau coopératif d'opérateurs d'autopartage en France. Ce service permet le partage de véhicules, en lien avec des collectivités et des entreprises. Même sur un territoire avec des flux de population restreints, cela fonctionne. Il y a aussi le « Rezo Pouce », un service d'auto-stop organisé de proximité en France. Déployé en lien avec les collectivités publiques, le dispositif vise à répondre aux besoins en mobilité des personnes en structurant, organisant et sécurisant la pratique de l'auto-stop en zone rurale ou périurbaine.

Pierre-Yves LE GUEN, avec La Malle Postale répond à un besoin issu du développement de l'itinérance, et intervient aujourd'hui sur tout le Massif Central, mais aussi sur d'autres régions, sur une cinquantaine d'itinéraires des Vosges, de Bretagne et de Normandie. Le principe de base est le même : le transport des bagages des randonneurs d'étape en étape. Mutualisation, convoyage et covoiturage sont désormais au cœur des savoir-faire de la Malle Postale qui permet ainsi d'éviter de nombreux déplacements en voiture individuelles. Avec en plus une mutualisation des besoins de déplacement des randonneurs en assurant leur regroupement, avec un avantage économique pour eux. Ce service est doublement attractif ! Il est moins cher pour le même service, et il réduit l'impact carbone des portages et des retours au départ des randonneurs de grande itinérance !

Dorian MATEOS pour l'Aude et **Gilles DELERUE** pour l'Hérault interviennent avec le Réseau des grands sites de France pour mettre en oeuvre les Escapades sans voiture sur leur territoire. Lancé en 2015 par le Réseau des GSF en réponse à de nouvelles demandes, il cherche à relier les Grands Sites (et territoires voisins) par des itinérances douces, à partir de villes portes, valorisant l'offre touristique locale. Les circuits sont modulables, adaptés à tous les publics, et peuvent se dérouler sur une ou deux semaines, plutôt en hors-saison.

Gilles GUIRAL, avec Communauté d'agglomération de Royan développe une offre vélo loisirs globale, à connecter avec un maillage de réseau local permettant peu à peu de relier tous les secteurs du territoire : une mise en oeuvre initiale sur plusieurs années, essentiellement construite sur des itinéraires partagés avec seulement quelques tronçons en sites propres. Ensuite est arrivée la deuxième impulsion, avec la prise en compte du vélo d'usage, de la mobilité douce décarbonée, de proximité, pour les déplacements du quotidien. Il s'agit alors bien de privilégier des aménagements en site propre pour optimiser la sécurité des cyclistes, condition indispensable au développement de la pratique « pour tous ». Le réseau est constitué de voies vertes et/ou de pistes cyclables, avec des voies distinctes pour piétons et vélos.

OUVRIR SES HORIZONS

Les APN, des pistes et des espoirs pour demain

Une sociabilisation plus apaisée, une compréhension de plus en plus partagée du respect de l'environnement... Dans un monde en mutation en recherche de sens et d'authenticité, les APN permettent de belles choses. Comme offrir un challenge à des jeunes en difficulté, ouvrir l'horizon à des handicapés. Les APN ne sont pourtant pas la solution miracle partout et toujours. Alors, pourquoi et où développer les APN ?

Flavie GIRARDET, avec le Pôle Ressources Vallon Pont d'Arc permet d'apprécier le rôle des APN dans le cadre de l'insertion professionnelle, favorisant plus que d'autres activités une resocialisation positive. Cette action du Pôle Ressources Vallon Pont d'Arc prolonge 15 ans de partenariat avec la Mission Locale dont le principal objet est d'aider à l'insertion des jeunes, et en particulier en les remobilisant dans leurs projets professionnels. Le pôle amène dans ce cadre ses propositions de sport de nature, en les emmenant pratiquer de l'escalade dans le Verdon. Cette démarche est performante : les jeunes sont confrontés à des stagiaires qui sont animés par une vie et une exigence d'engagement total, et pourtant ce sont des jeunes comme eux. Ce partage crée une belle dynamique ! Beaucoup de jeunes sont ainsi remis en mouvement ! Ils reprennent confiance dans un relationnel gratifiant. Et le vrai plus, c'est ce milieu naturel qui génère une sérénité.

Charlène GORSE, avec le Comité Régional Handisport Occitanie Promotion, collabore étroitement avec le CRTLO en développant une offre spécifique qui complète le dispositif de la carte Occ'Ygène. C'est une carte dédiée à l'handisport, qui donne accès à un catalogue spécifique d'activités accessibles - et attractives - pour eux ! En amont, le Comité Régional Handisport Occitanie s'investit pour former les intervenants au cœur des structures volontaires pour accueillir le public handicapé. Il participe à l'adaptation des équipements des sites et lieux dans lesquels les handicapés évoluent pour les accueillir au mieux, la carte Occ'ygène en permettant l'accès à moindre coût. Et dans la « panoplie » des sports-santé, l'offre « sports de nature » est importante.

Olivier BESSY, Sociologue du sport et du tourisme, précise que les APN ne sont pas un univers en apesanteur, mais au contraire un ensemble d'activités totalement intégrées à notre société et qui évoluent avec les mutations du monde. Un immense défi à relever par tous les acteurs : intégrer les APN dans un nouveau projet de société et de territoire face à un monde en transition, en faire des ressources culturelles et territoriales. L'engouement pour les APN ne fait que s'amplifier et le profil comme la nature de la demande évolue, renforcé par le COVID. Les APN marquent de plus en plus de leur empreinte les espaces et jouent un rôle de levier dans la valorisation durable des territoires.

Pierre TORRENTE, Directeur du campus des métiers du tourisme pyrénéen à l'Université de Toulouse - Jean Jaurès, développe une hypothèse : le tourisme n'est pas toujours la meilleure solution pour un essor harmonieux d'un territoire. Plus on souhaite que le tourisme soit facteur de développement, moins il doit constituer une mono-activité ! La question principale : Qu'est-ce que l'on veut faire du tourisme sur un territoire ? Quand on produit du tourisme, on le produit là où il sera consommé. Il est donc très dépendant de la conjoncture et de l'aptitude du consommateur à se déplacer. Et paradoxe, le consommateur intervient directement lui-même sur le produit (surfréquentation, pollutions diverses, surconsommation d'eau...). Pour que le tourisme fonctionne, il faut savoir déployer d'autres activités.

LES JO 2024 : ET APRES ?

Comment capitaliser sur l'après JO 2024 pour les APN

Les JO 2024 à Paris ! Est-ce oui ou non une opportunité pour l'Occitanie ? Les APN sont-elles concernées ? Comment et pourquoi se mobiliser autour de cet événement planétaire qui va prendre une très grande place médiatique lors de l'été 2024 ?

Frédéric HIDEUX, pour l'OT de Millau, indique que son territoire est dans une dynamique positive avec le label JO, permettant de structurer une offre commerciale et de partir dans une démarche commerciale plus efficace. C'est une incitation à la structuration de l'offre pour les clubs, avec aujourd'hui une offre commerciale plus adaptée aux clubs sportifs en demande de séjours. On note en particulier un travail partenarial avec Montpellier et Sète. A noter que la flamme Olympique va traverser la Région, avec une dynamique locale à créer, et que si les espaces naturels ont peu de place aux JO, Millau se mobilise avec l'escalade pour accueillir le cas échéant une délégation étrangère en préparation.

Antoine LEBELLE, Directeur du CNEA-CREPS Font-Romeu, précise que les JO 2024 sont l'occasion d'un coup de projecteur pour mettre en avant les territoires, les services d'accueil, l'expertise locale, en tissant des partenariats avec certaines fédérations. L'Occitanie est une terre d'accueil du sport de haut-niveau, et pour Font-Romeu, c'est une continuité, avec en particulier la volonté de relever le niveau d'exigence sur les prestations fournies aux sportifs en préparation, en particulier pour les 6 à 7 équipes de France qui s'entraînent à Font-Romeu. On souligne que le lien entre JO et APN n'est pas évident : le VTT et le Kayak sont partie prenante du programme des JO, et il y a un enjeu de développement d'infrastructures. A Font-Romeu, un parcours de VTT de format Olympique est en cours d'aménagement, et il deviendra un support d'entraînement et d'attractivité pérenne après 2024. A noter avec lucidité sur l'héritage des JO : le modèle économique des JO est basé principalement sur la diffusion télévisée. Il s'agit de faire de l'audience audiovisuelle pour satisfaire les marques partenaires et les multiples investisseurs publicitaires. A la marge, c'est donc aux territoires de se mobiliser pour exister derrière le seul fait sportif télévisé.

Thibaut FRAY, Chargé de mise en tourisme des événements sportifs, anime cette dynamique au niveau Régional. Sa mission est globale : il s'agit d'optimiser les événements sportifs organisés en Occitanie, en développant les retombées économiques liées à la fréquentation. Il s'agit d'aller chercher des délégations étrangères pour qu'elles viennent s'entraîner en Occitanie. Le sujet, c'est aussi l'après, avec une volonté de pérenniser cette dynamique, tant dans la fréquentation des équipements sportifs, que dans le développement des événements sportifs pérennes ou à créer. Paris 2024 a opéré une sélection de site et de lieux : la transformation, ce sera la venue effective de délégations. En Occitanie, il y a 82 sites labélisés Terre de Jeux, pour accueillir une trentaine de disciplines différentes. Chaque site a sa spécificité, et le CRT travaille à leur mise en tourisme. Certains sont aujourd'hui plutôt axés sur l'accueil scolaire, et il peut y avoir des problèmes de disponibilité effective des sites. Les CREPS sont limités en places et en disponibilité. Un démarchage par le CRTLO, soutenu par la Région est en cours, accompagné depuis peu par un AMO dans le démarchage de fédérations étrangères (les équipes françaises ont déjà leurs habitudes).