



Labo des itinérances

Retour d'expériences : étude sur les modèles économiques des itinérances

Mardi 6 avril 2021, Vélo & Territoires

Avec le soutien de :



**AGENCE
NATIONALE
DE LA COHÉSION
DES TERRITOIRES**
Commissariat du Massif central



La Région 
Auvergne-Rhône-Alpes

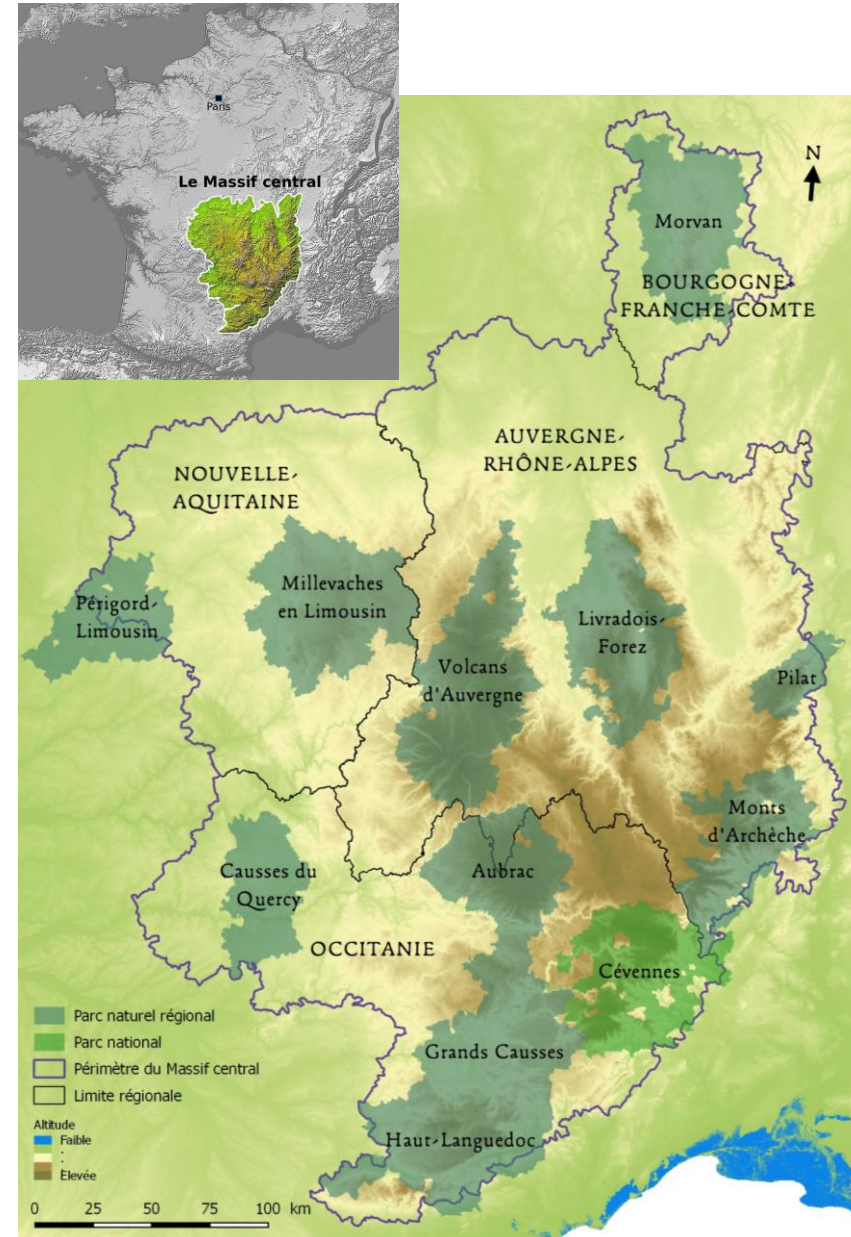
L'inter-parcs Massif central

Le Massif central...

- ✓ Le plus grand espace préservé d'Europe :
- 12 Parcs naturels, qui couvrent 37% de la surface du Massif central

L'inter-parcs Massif central (IPAMAC) :

- ✓ Les parcs concourent au développement du Massif central :
mise en œuvre de projets concrets et innovants
- ✓ Le réseau a trois axes d'actions :
 - La préservation et la valorisation des ressources naturelles dans un contexte de changement climatique
 - L'accueil et les solidarités comme sources d'attractivité et de développement territorial
 - Le tourisme durable pour le développement d'une offre touristique emblématique du Massif central, et plus particulièrement l'itinérance
- ✓ L'expérimentation et le transfert comme fonctions essentielles du réseau
- ✓ Une organisation basée sur la mutualisation et la concertation



Pourquoi un Laboratoire des itinérances ?

Les parcs et l'itinérance :

Animation par l'IPAMAC de la relance du GTMC VTT depuis 2014

Etude Itinérance Prospective (2016)

Appui à la revalorisation du GR® 7

Expérimentations (bivouac, multi-pratique, trail en itinérance, etc.)...

Itinérance : Sujet collectif, transversal... propice à l'expérimentation (ADN des Parcs), levier de développement pour les territoires...

Pour répondre à quelles problématiques ?

Faciliter le développement et la pérennité des itinérances, mutualiser des « fonctions », trouver un espace et des moyens pour innover

Pour qui ?

Pour les **gestionnaires d'itinérances** et les **acteurs économiques** engagés dans l'itinérance

Avec qui ?

Appui des partenaires Massif central, fédérations sportives (randonnée, cyclisme), Pôle Ressources national des Sports de Nature, experts de l'itinérance et du tourisme, gestionnaires des itinérances, acteurs du tourisme...

Laboratoire des itinérances

Actions 2020 et perspectives

Actions menées en 2020 (restitution qui a eu lieu le 14 janvier 2021) :

Expérimentation de nouvelles solutions de comptage de la fréquentation des itinérances

Objectif : développer une solution fiable, stable, applicable et reproductible à moindre coût pour compter les itinérants

→ 3 itinérances-test : Stevenson, Saint-Guilhem, GTMC VTT

Etude sur les modèles économiques des itinérances

Objectif : proposer de nouveaux modèles économiques permettant de pérenniser la gouvernance et le développement des itinérances

- Diagnostic des itinérances, benchmark, inventaire des ressources potentielles
- Prospection de nouveaux modes d'organisation et de modèles économiques
- Test et ajustements

Perspectives :

- Diffusion des outils et méthodes proposés, assistance technique éventuelle,
- Réflexion sur les prochaines actions à mener...

Expérimentation Comptage

Récap de la démarche d'expérimentation

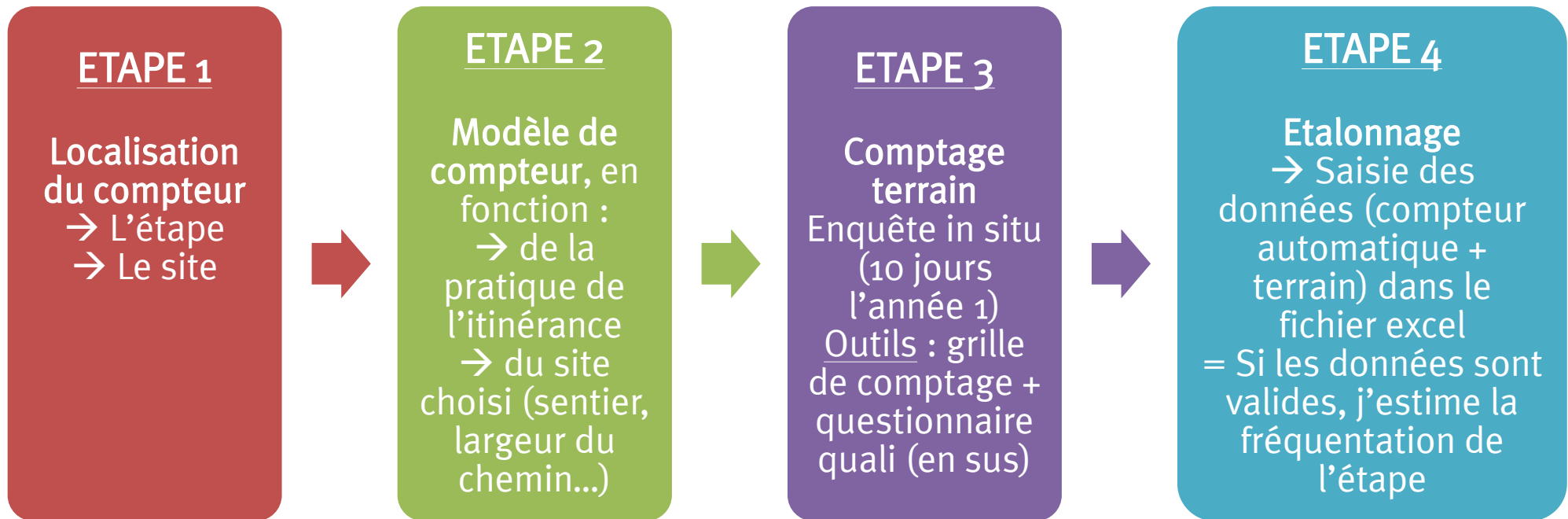
Etapes	Calendrier	Conclusions principales
Benchmark	Novembre 2019	Méthodes de comptage peu comparables, souvent « bricolés » ou études très onéreuses
Cadrage avec l'appui d'Open Tourisme Lab	Hiver 2019-20	1) Janvier 2020 : il n'existe pas une solution numérique pouvant être adaptée pour compter les itinérants (géolocalisation, réseau téléphonique...). 2) Notre solution doit passer par le <u>comptage d'un effectif global</u> (ex. compteur automatique) et une <u>approche complémentaire de terrain</u> pour évaluer les itinérants dans cet effectif.
Expérimentation terrain avec l'appui de 4 enquêteurs	Été 2020	3 itinérances-test : Stevenson, Saint-Guilhem, GTMC VTT 4 étapes-test / 4 compteurs automatiques posés 14 jours d'enquêtes par étape 173 questionnaires administrés / 833 itinérants comptés
Phase d'analyse avec l'appui de Romain BERARD	Automne 2020	1) Analyse de la pertinence des différents indicateurs étudiés 2) Synthèse des résultats des enquêtes « quali » 3) Proposition d'une méthodologie de comptage duplicable

[Lien vers les livrables : cliquez ici.](#)

Expérimentation Comptage

Synthèse de la méthode proposée

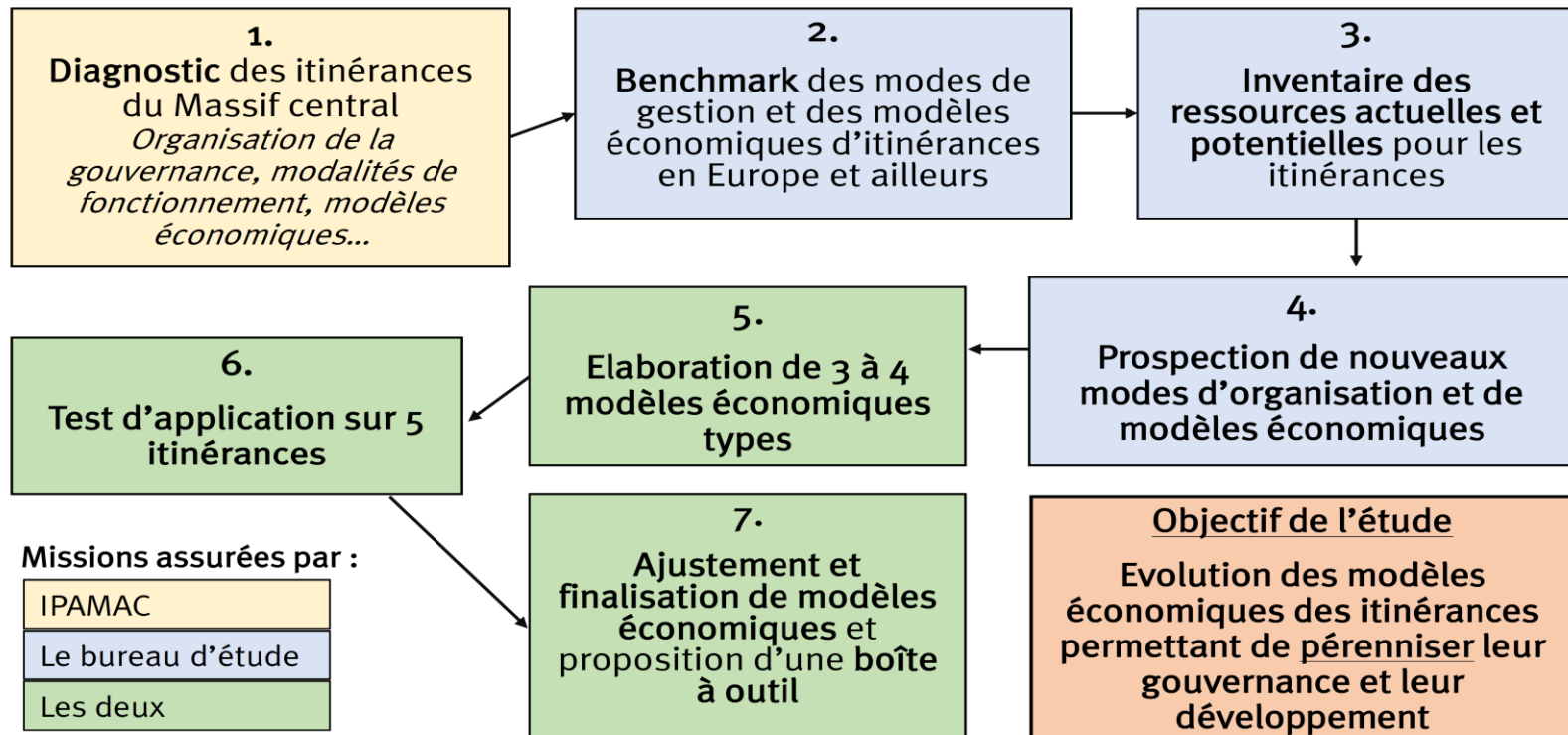
En regard des outils disponibles et accessibles à ce jour, le moyen le plus fiable, stable et adaptable sur tout type d'itinérance douce consiste à évaluer le nombre de passages d'itinérants sur un point précis du parcours, au moyen d'un dispositif de comptage automatique dédié, étalonné et suivi régulièrement.



Tout au long du processus : suivi régulier et indispensable du compteur automatique
⇒ Repérer des anomalies, alerter et intervenir sur des dysfonctionnements éventuels, vérifier l'état des piles...

Etude sur les modèles économiques

Rappel des objectifs et méthodo



Livrables produits :

- Diagnostic de 7 itinérances dans le Massif central,
- Benchmark de 10 itinérances en Europe et dans le monde,
- Boîte à Outils pour comprendre les modèles économiques et proposer des axes d'amélioration.

Livrables qui seront diffusés dans les prochaines semaines.

Etude modèles économiques

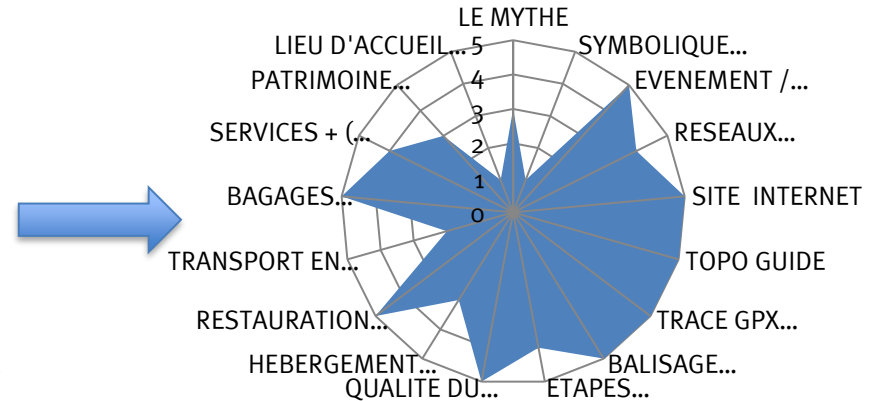
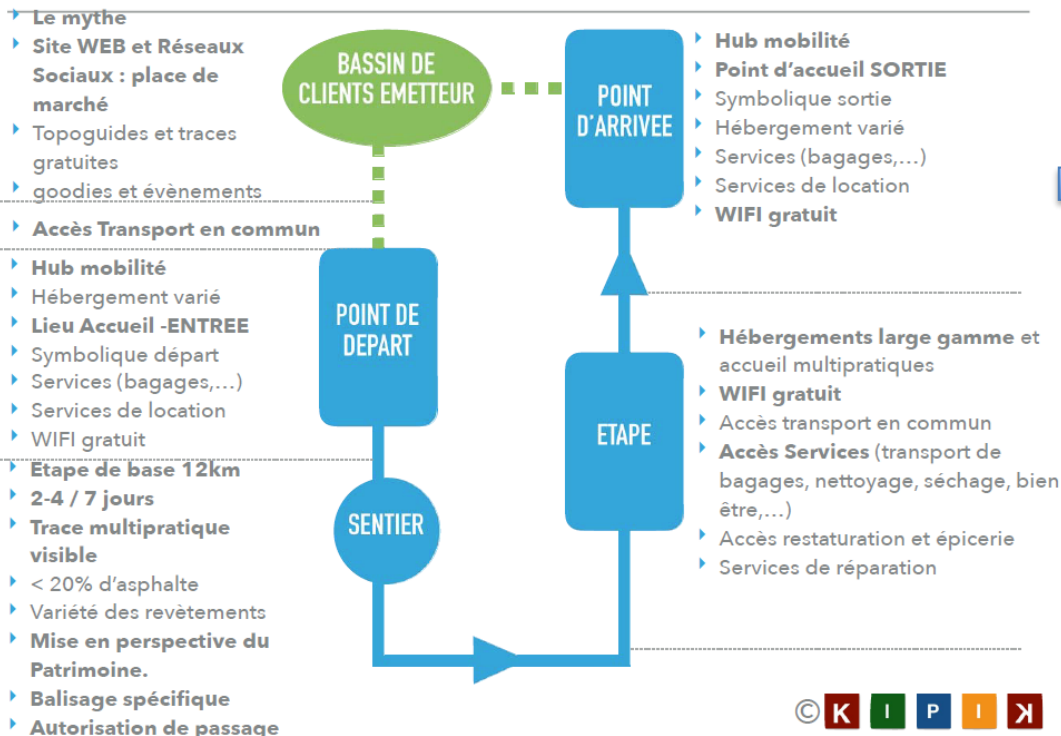
Ce qu'il faut retenir des diagnostics

Une analyse tournée « attentes usagers »...
*Où se positionne « l'entreprise itinérance »
dans toutes ces étapes ?*

... pour identifier des axes de progrès
*Sur quels domaines doit-on
s'améliorer ?*

LES CLEFS DE REUSSITE D'UNE ITINERANCE

29



Etude modèles économiques

Ce qu'il faut retenir des diagnostics

Une analyse des types de dépenses et de ressources :

Dépenses principales :

- Animation (réseau, ingénierie, coordination des actions)
- Promotion et communication (avec l'appui de prestataires extérieurs)
- Puis autres actions de développement (études des retombées économiques, fréquentation, aménagements et signalétique...)

En principe : actions de balisage non gérées par les « gestionnaires des itinérances », appui sur les comités de la FFRandonnée, les départements...

Une évaluation des retombées :

Indicateurs	
Marge brute annuelle	?
Retombées au km	1 594 €
Ce que rapporte 1€ investi	3,99 €
Ce que rapporte 1€ en fonctionnement	12,33 €
Retombées par prestataires	12 754 €

Ressources :

Sur les 7 itinérances diagnostiquées, 3 seulement ont des ressources autres que publiques.

**Sur les 4 itinérances dites « matures » :
500 000 € de budget de fonctionnement génèrent
15 000 000 € de retombées sur les territoires.**

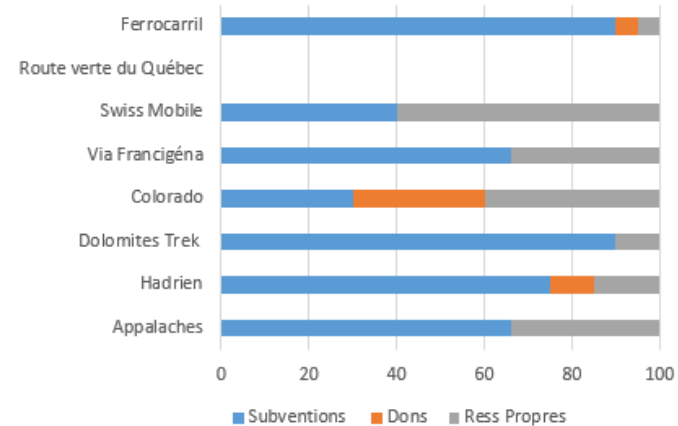
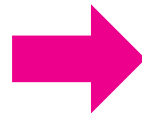
Etude modèles économiques

Ce qu'il faut retenir du benchmark

Des modèles économiques en évolution

- Restent en grande partie liés à des subventions et cotisations/adhésions publiques
- Et/ou à des dons & mécénat, dans certains cas (fondations)
- mais beaucoup d'organismes ont pour objectifs de maximiser les ressources propres

Attention le niveau financier et l'équipe varient en fonction du niveau de prise en charge de l'entretien des sentiers
→ *Bénévolat, mécénat fréquent*



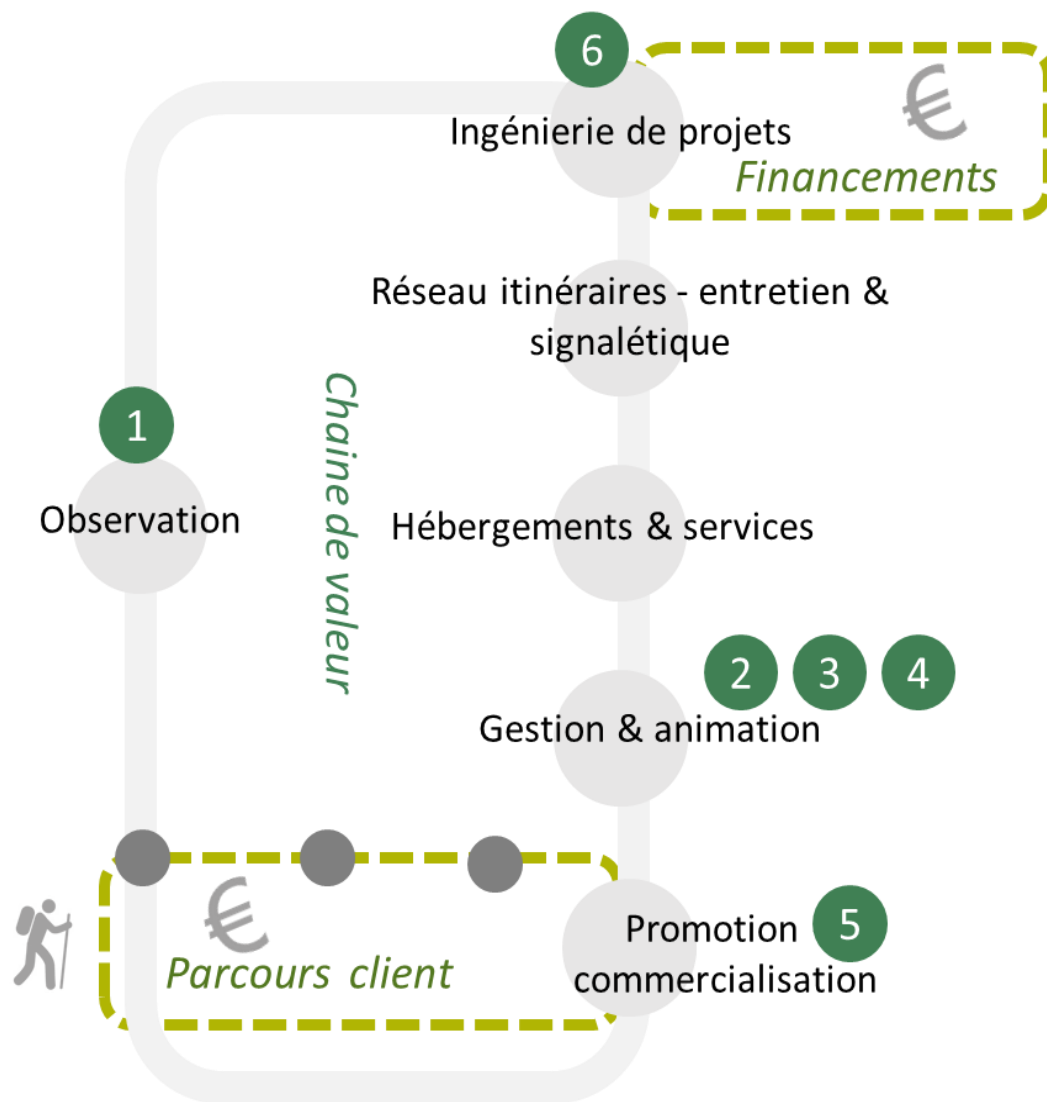
La qualité du site internet et de l'écosystème numérique : éléments centraux des ressources publicitaires et commerciales avec adhésions et/ou commissions.

Centrale de réservation commercialisation

- Le choix ou non de devenir producteur et/ou distributeur → agence ou autorisation
- Créer ou non une structure commerciale

Etude modèles économiques

Le fonctionnement de « l'entreprise itinérance »



Fiches proposées dans la boîte à outils :

- 1 Rendre lisible le modèle économique
- 2 Impliquer le niveau intercommunal
- 3 Mettre en place une stratégie de marque
- 4 Développer des actions de mécénat ou parrainage d'entreprises
- 5 Devenir performant sur l'itinéraire ... du client
- 6 Mutualiser quoi et avec qui ?

Fiche 1 : « Rendre lisible le modèle économique »

Problématiques :

- Comprendre et estimer les flux économiques entrants et sortants,
- Observer les impacts économiques liés à l'itinérance et leurs évolutions.

Données à recueillir :

- Fréquentation
- Dépenses des itinérants, par type de dépenses
- Charges nécessaires à l'entretien et la gestion de l'itinéraire
- Charges liées à l'animation de l'itinéraire
- Données économiques du territoire

Mise à disposition, par le Labo des itinérances, d'un fichier excel pour recueillir et analyser ces données.

Comment communiquer ces résultats ?

Cibles : élus locaux, régionaux... financeurs, aménageurs...

Outil : Mise à disposition d'une fiche-type pour communiquer de façon harmonisée.

Etude modèles économiques

Autres fiches proposées

Fiche 2 : Impliquer le niveau intercommunal

Constats

- Niveau interco aujourd'hui important dans le développement touristique...
- ... souvent peu mobilisée pour le développement des itinérances (pédestres et VTT)

Préconisations

- Bien identifier les acteurs, personnes
- Nommer des ambassadeurs territoriaux
- Mettre en avant l'intérêt d'une interco à se mobiliser
- Mettre en œuvre une animation spécifique

Fiche 3 : Mettre en place une politique de marque

Objectif : augmenter les ressources propres.

Questions posées :

- **Valeurs** véhiculées par notre « marque » ? Notoriété de l'itinéraire ?
- Que doit-on « déposer » à l'INPI ? (Logo, nom, etc.)
- Quels **partenariats** mettre en place ? **Co-branding...**
- Quelle **gamme** de produits proposer ?
- **Canaux de distribution** : contractualisation avec des offices de tourisme, des boutiques, création d'une boutique en ligne...



Fiche 4 : Mettre en place des actions de mécénat et de parrainage d'entreprises

Objectif : augmenter les ressources propres.

Questions posées :

- Qu'est ce que le mécénat ? Qu'est ce que le parrainage ?
- Qui peut mettre en place une démarche de mécénat ?
- Quelle est la démarche à suivre ?

Fiche 5 : Devenir performant sur l'itinéraire du client

Objectifs : mieux faire connaître l'itinérance, améliorer le parcours client, faciliter l'organisation de son séjour itinérant...

Constats :

- Informations transmises aux itinérants, plutôt de qualité,
- Point noir : le passage à la réservation

Questions posées :

- Comment améliorer le passage de l'information à la réservation ?
- Quelle stratégie digitale mettre en place ?

Proposition d'un cahier des charges pour la réalisation d'une étude de définition de la stratégie digitale de commercialisation des itinérances du Massif central.

Etude modèles économiques

Fiche 6 : Ce qui peut être mutualisé

Ce qui peut être mutualisé, entre itinérances (pédestres et VTT) du Massif central :

- Une expertise
- Des ressources humaines
- La réalisation et le partage d'actions et d'outils communs
- Les clientèles

Sur quelles thématiques ?

- *Observation* : outils communs d'analyse de la fréquentation et des retombées éco
- *Animation du réseau local* : supports type de communication, actions d'animation partagées (prestataires, intercos, etc.)
- *Qualité de l'itinéraire et de la signalétique* : remontées d'informations, etc.
- *Mécénat*, politiques de marque : appui sur une expertise commune, identification d'entreprises, de fondations...
- *Stratégie numérique* : solution de commercialisation numérique commune ?

A quelles échelles ?

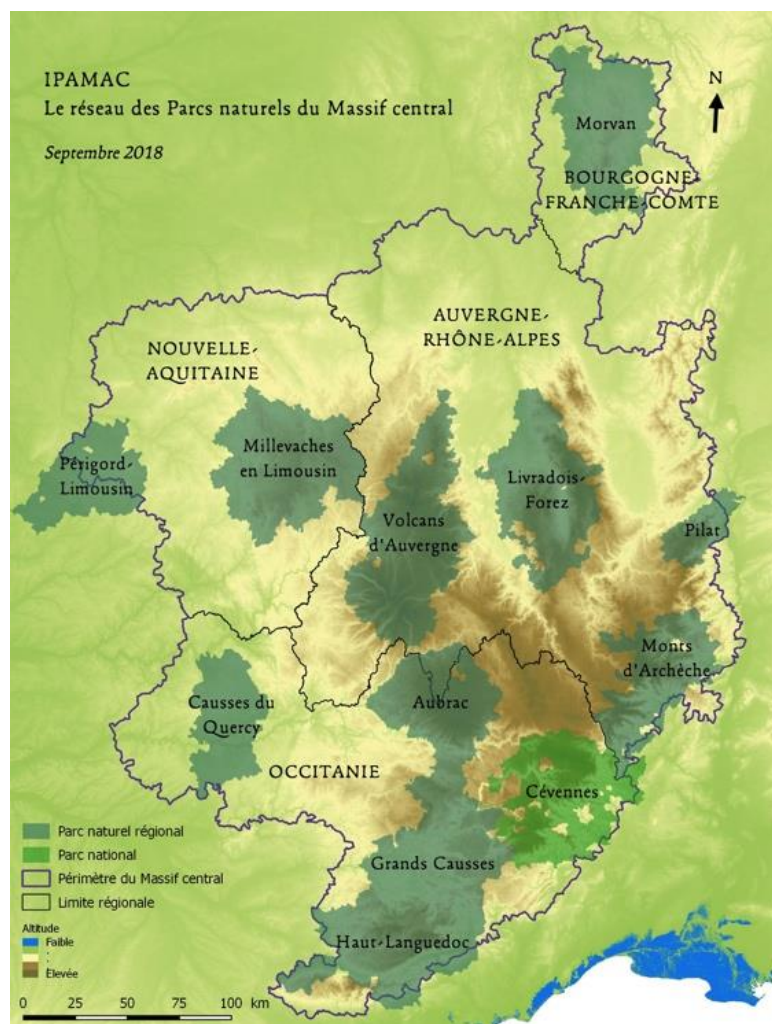
Massif central

Intercos, OTI

ADT/CDT, CRT...

IPAMAC

Parcs naturels
du Massif central



CONTACT IPAMAC

Laura LEOTOING

laura.leotoing@parcs-massif-central.com

04 74 59 71 70

Avec le soutien de :



AGENCE
NATIONALE
DE LA COHÉSION
DES TERRITOIRES
Commissariat du Massif central

La Région
Auvergne-Rhône-Alpes

