



#RdvduCRT n°3

GESTION DES FLUX TOURISTIQUES

QUELLES SOLUTIONS POUR MIEUX REPARTIR LES VISITEURS ?

2022

Click to add text

Gestion des flux touristiques : quelles solutions pour mieux répartir les visiteurs ?



IDTOURISME

Qui sommes-nous?



Cabinet d'ingénierie touristique

Prospective, Innovation, Durabilité

GRENOBLE

www.id-tourisme.fr

Guillaume CROMER / Florian BILLAUD



Avant toute chose...

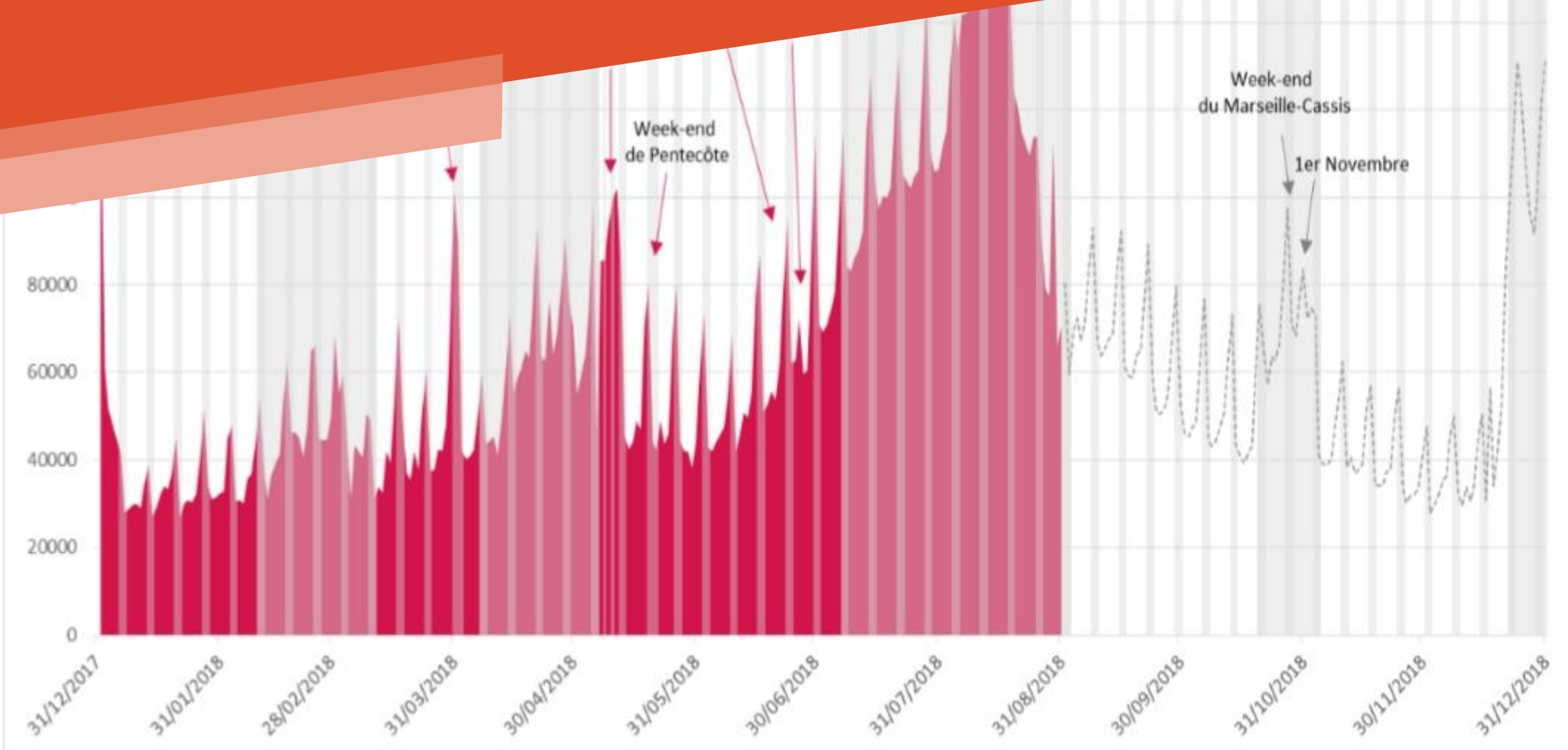


On dit de plus en plus souvent « c'est complexe » pour éviter d'expliquer. Ici il faut faire un véritable renversement et montrer que la complexité est un défi que l'esprit doit et peut relever

(Edgar Morin)

qq citations

Gestion des flux touristiques : kézako?



La volonté de gestion des flux touristiques, ce n'est pas nouveau !

La Pointe du Raz en Bretagne, vous connaissez ?



Crise sanitaire & reprise du tourisme...Signaux Faibles



95%

des touristes se rendent

sur moins de 5% de la planète



Surtourisme...overtourism...

- Déséquilibre?
- Acceptabilité du tourisme?
- Régénération des écosystèmes naturels?



Surtourisme...overtourism...pourquoi?



Vols pas chers



Blogs de voyageurs...rémunérés



Réseaux sociaux : lieux instagrammables



Bateaux de croisière



Résidences de vacances/OTA



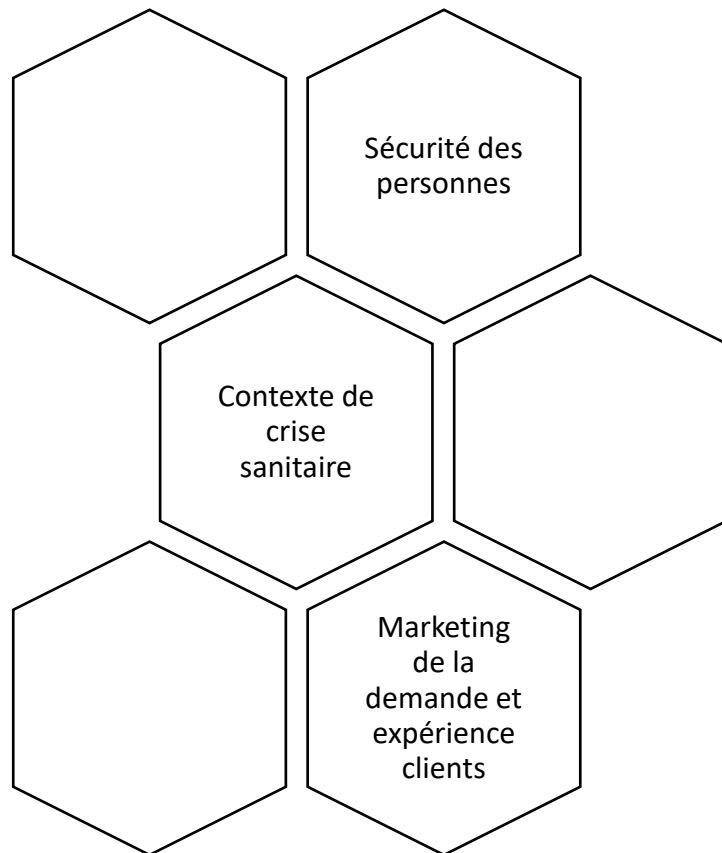
Evolutions démographiques : population + accès à la classe moyenne



Gestion de l'attente & expérience client



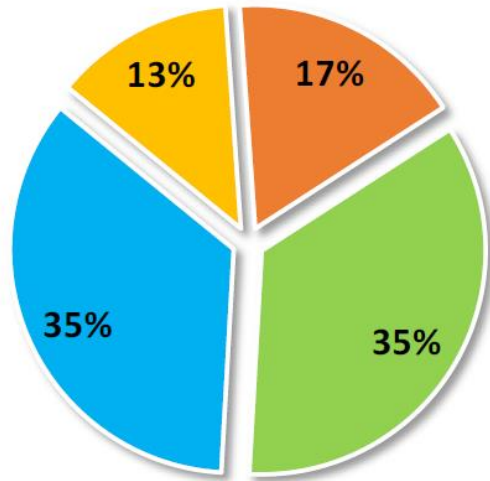
On ne peut plus gérer l'attente des visiteurs comment avant...



Crise sanitaire & reprise du tourisme...Signaux Faibles

Les partants *(6 Français sur 10)*

 Quand comptez-vous partir ?

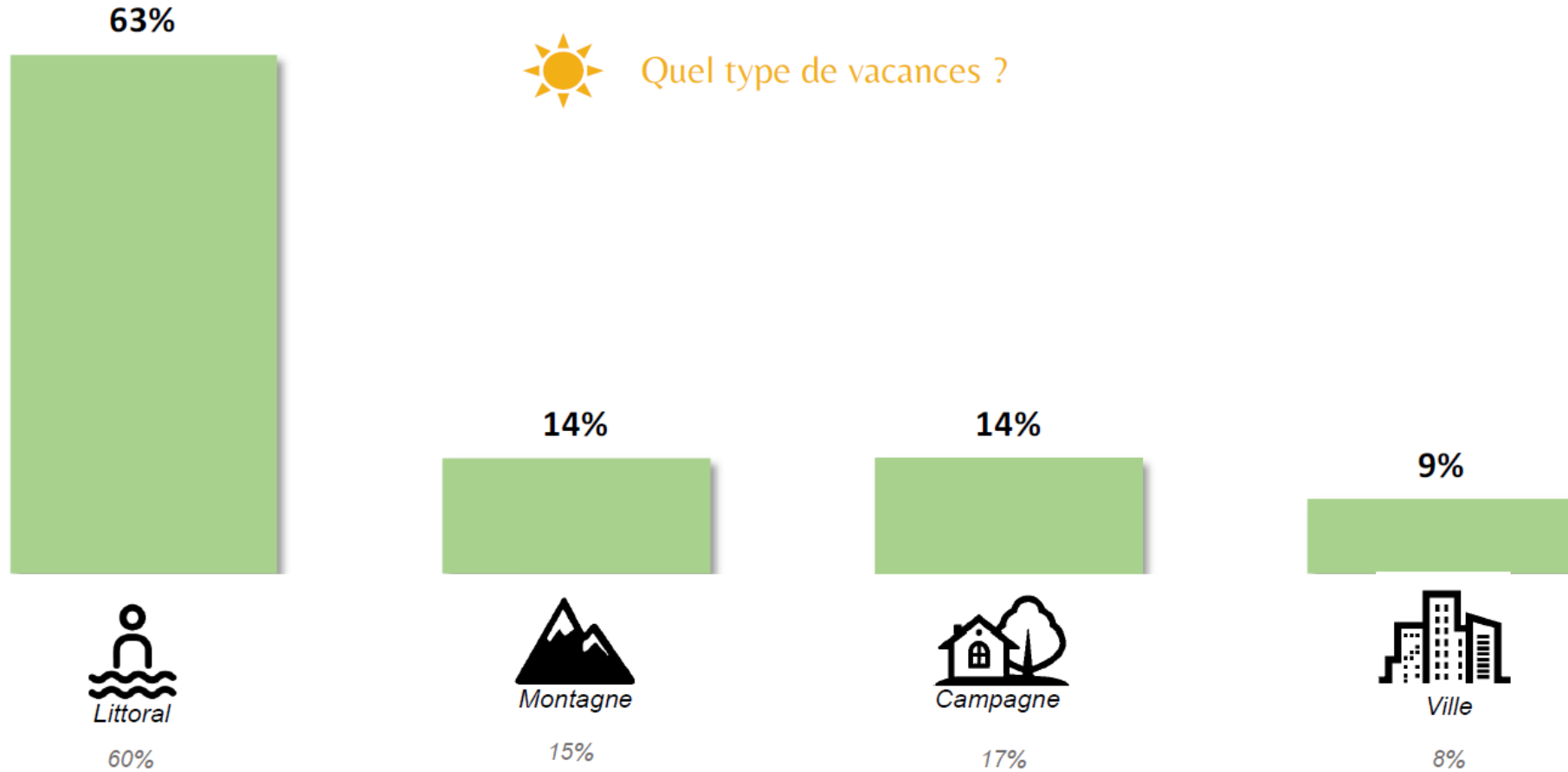


■ Juin ■ Juillet ■ Août ■ Septembre

70% des partants envisagent de partir pendant la **très haute saison** : juillet et août, même si certains se démarquent par un taux de départ plus soutenu qu'habituellement sur les **ails de saison**.

40% des Français ne partiront pas en vacances

Crise sanitaire & reprise du tourisme...Signaux Faibles



Intentions de la clientèle internationale pour la France



Intention de séjour en France

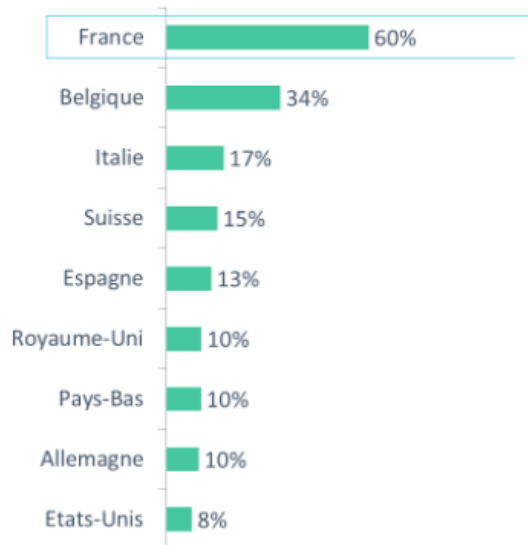
Envisagent leur prochain séjour de loisir en France



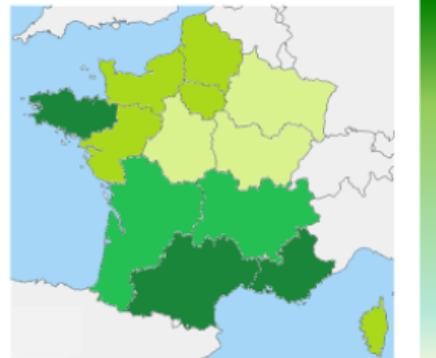
Provence-Alpes Côtes d'Azur, Occitanie et Bretagne forment le trio des régions en tête des intentions de séjour parmi les français ; suivent de près la Nouvelle-Aquitaine et Auvergne-Rhône-Alpes. Paris-Île-de-France capte l'essentiel des intentions parmi les marchés étrangers : un quart des voyageurs provenant des marchés d'Europe de l'Ouest, et près de la moitié parmi les marchés d'Europe du Sud : le retour des clientèles étrangères en région francilienne ?

ENVISAGENT LEUR PROCHAIN SEJOUR DE LOISIR EN FRANCE

(Base : envisagent un séjour de loisir dans les 6 prochains mois)



REGIONS ENVISAGEES PAR LES FRANCAIS



REGIONS FRANCAISES ENVISAGEES (Base : envisagent un séjour en France)

En %	FRANCE	EUROPE DE L'OUEST (1)	EUROPE DU SUD (2)
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES	14%	8%	2%
BOURGOGNE-FRANCHE-COMTE	6%	7%	9%
BRETAGNE	16%	16%	11%
CENTRE-VAL DE LOIRE	4%	4%	12%
CORSE	9%	9%	9%
GRAND EST	6%	10%	2%
HAUTS-DE-FRANCE	7%	8%	9%
PARIS – ILE DE FRANCE	10%	24%	49%
NORMANDIE	9%	13%	9%
NOUVELLE-AQUITAINE	15%	8%	3%
OCCITANIE	17%	16%	10%
PAYS DE LA LOIRE	8%	10%	9%
PROVENCE-ALPES-COTE D'AZUR	19%	20%	22%
CARAIBES	2%	2%	2%
OCEAN INDIEN	1%	1%	1%
PACIFIQUE	1%	1%	1%

(1) Royaume-Uni, Belgique, Pays-Bas, Allemagne, Suisse.

(2) Italie, Espagne

Crise sanitaire & reprise du tourisme...Signaux Faibles



Le consommer mieux se poursuit

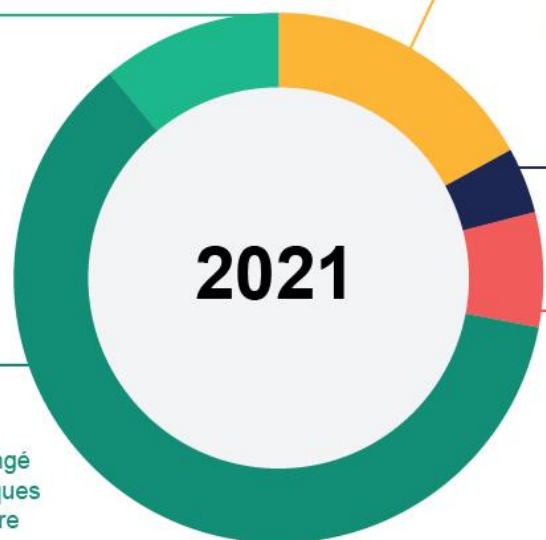
Les français modifient leurs habitudes, 72% se mobilisent en faveur de la consommation responsable

11%

Engagé(e) : Je fais tout mon possible pour réduire l'impact de ma consommation et sensibiliser les autres

61%

Concerné(e) : J'ai changé certaines de mes pratiques au quotidien pour réduire l'impact de ma consommation

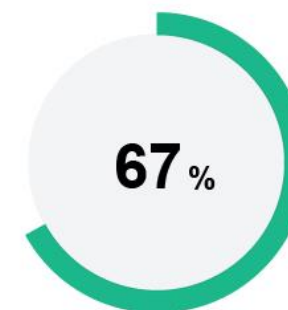


17%
Indifférent(e) : Je n'ai pas spécialement changé mes habitudes de consommation

4%
Je ne sais pas

7%
Agacé(e) : Je n'ai pas envie de changer ma façon de consommer

Les produits durables ont fait leur preuve en matière d'efficacité



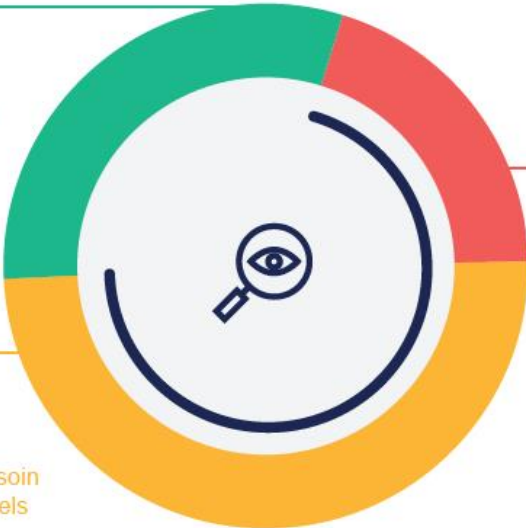
« J'achète des produits durables car je trouve qu'ils sont de meilleure qualité »

Une rupture forte s'opère entre les marques, leurs publicités et les consommateurs

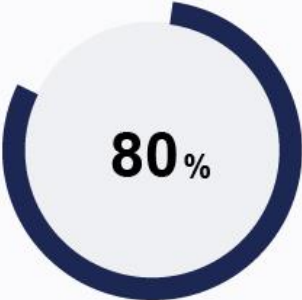
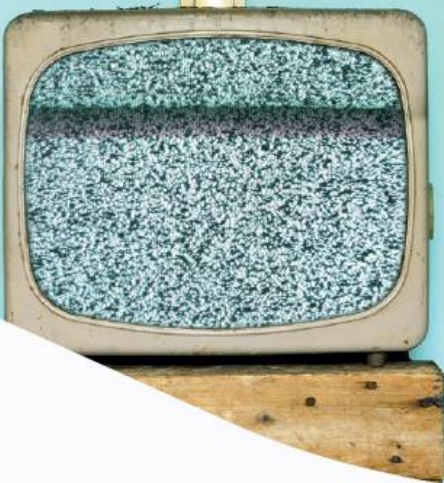
Communiquer sur ses engagements ne suffit pas, les consommateurs attendent des preuves tangibles

20%
Je trouve cela positif et je leur fais confiance

49,5%
Je trouve que c'est un premier pas mais j'ai besoin de preuves (chiffres, labels officiels, etc.)



30,5%
Je n'y crois pas, c'est une technique pour vendre plus



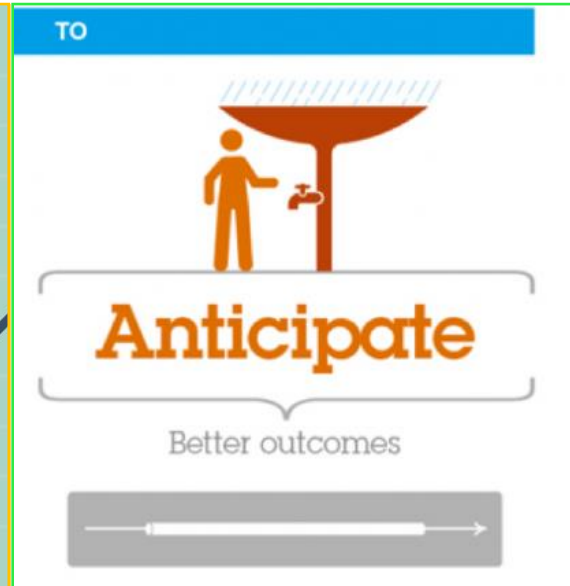
Des Français ont besoin de preuves pour croire aux engagements des marques

Alors pourquoi parler de gestion des flux touristiques?



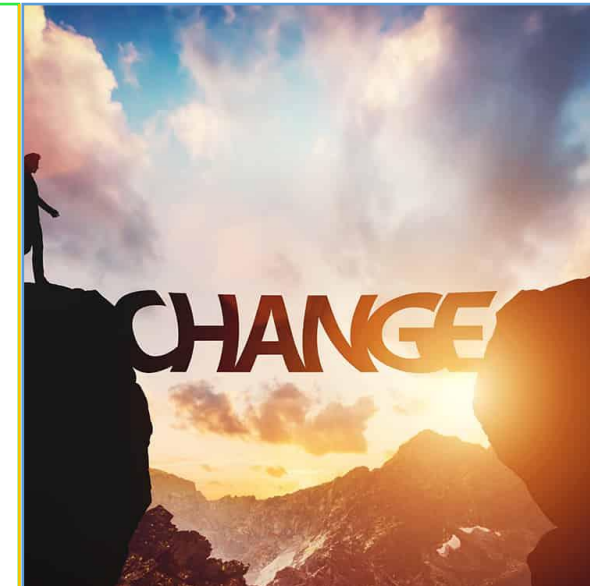
Mesurer

- se doter d'une vision objective, mais pas arbitraire / questionner l'ensemble des parties prenantes d'une destination : habitants, visiteurs, ONG...
- Quels indicateurs de mesure?



Anticiper

- les infrastructures sont-elles adaptées aux volumes attendus en pic de saison?
- La saison haute est-elle soutenable pour tout le monde?
- Puis-je avoir un impact, dans ma communication, sur ces lignes de crêtes de mes flux touristiques?
- Comment conserver une satisfaction clients?



Changer ?

- Prévoir des investissements permettant l'adaptation de mes infrastructures face aux flux attendus
- accepter de moins communiquer pour la haute saison
- développer des offres diversifiées dans les lieux différents
- se coordonner à l'échelle locale...

Impacts négatifs du tourisme



Environnement

Stress
biodiversité

Dépassement du
seuil d'adaptation

Social

Pénibilité &
précarité de
l'emploi
saisonnier,
recrutement

Acceptabilité du
tourisme par les
habitants

Economique

Inégalités des
retombées
économiques
entre les acteurs
du territoire

La théorie du
ruissellement
n'existe pas



Impacts positifs du tourisme...durable

Environnement

Protection des
milieux/espaces
sensibles

Éducation des
voyageurs

Social

Création d'emplois
directs ou indirects ;
coordination des
acteurs locaux

Le tourisme, un outil
de développement
au service de la
destination et des
habitants

Economique

Retombées
économiques pour le
territoire : apport de
devises (taxes ;
consommation sur
place...)

Capacité
d'investissement,
transformation et
structuration des
acteurs économiques
locaux



C'est tout un écosystème qui s'engage



Chaque acteur du tourisme, tout au long de la chaîne de valeurs, a un rôle à jouer en fonction de ses compétences et leviers d'actions.



COLLECTIVITES LOCALES

Politique de développement touristique
Politique transports / mobilité
Aménagement du territoire



CRT/CDT

Plan marketing
Stratégie d'attractivité
Relais territorial auprès des CDT/OT
Politique RSE
Application de la stratégie de développement



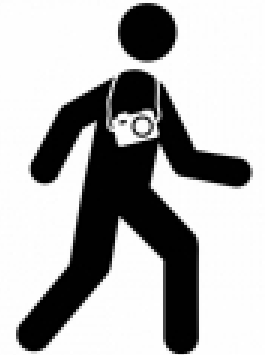
OFFICES DE TOURISME

Animation des socio-professionnels
Informations des voyageurs
Promotion / Marketing
Application de la stratégie locale de développement du tourisme



SOCIO-PRO

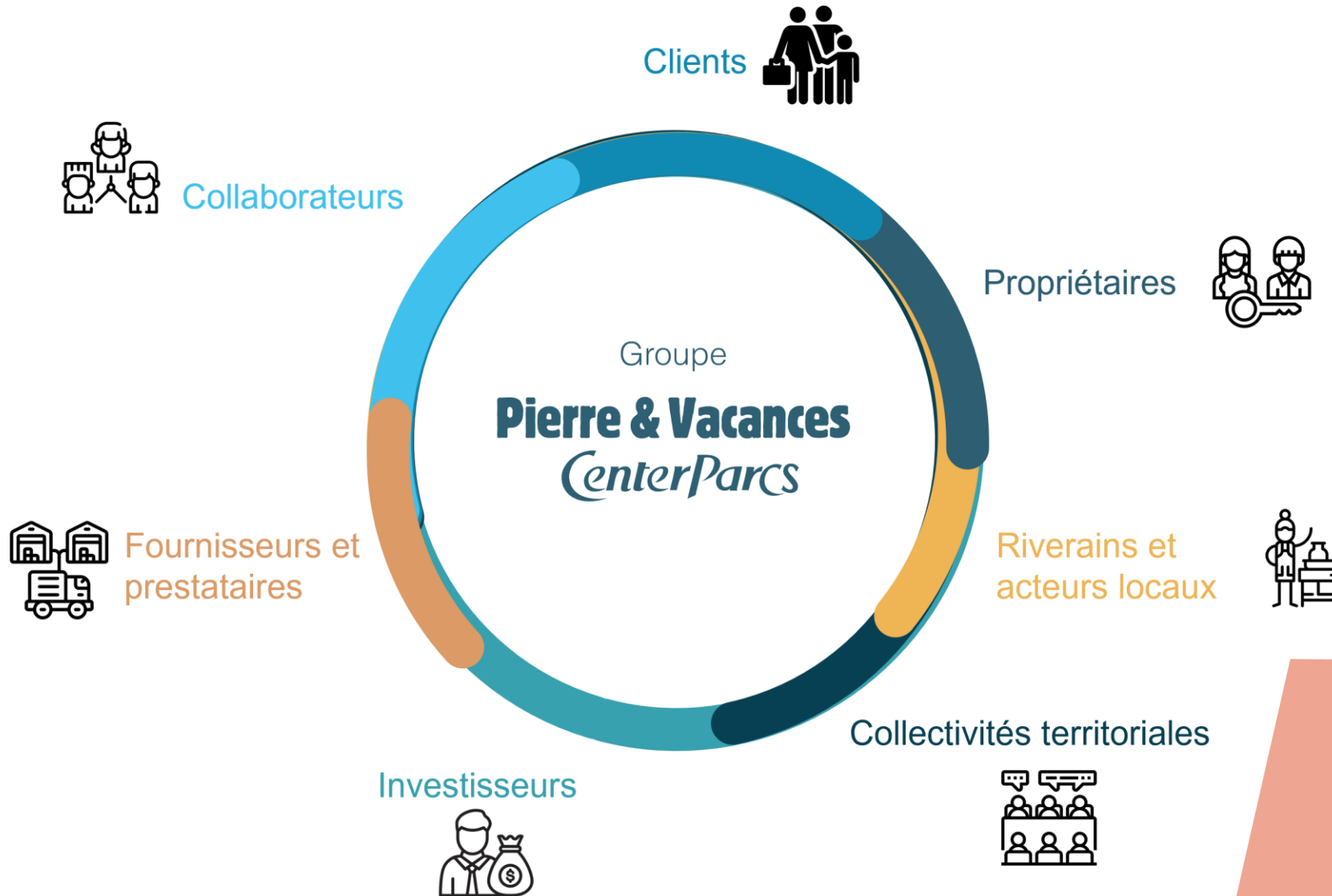
Engagement RSE
Politique d'achat responsable
Favoriser les circuits courts
Sensibiliser clients



VISITEURS

Comportements éco-responsable
Mobilité bas carbone
Achat responsable

...pour créer de la valeur pour l'ensemble des parties prenantes



...pour créer de la valeur pour l'ensemble des parties prenantes



TENTEZ L'AVENTURE
HUTTOPIA

REJOIGNEZ

NOS SUPERS

ÉQUIPES !

1200 Postes
EQUIPIERS
au grand air,
dans un cadre
naturel et logé !



HUTTOPIA
jobs

POUR POSTULER

<http://corposte.huttopia.com/>

Pratiques de destinations engagées sur la gestion
des flux



CHANGEMENT EN COURS ...



Le constat

Les initiatives se multiplient !



MaPlage.info

Collecter Diffuser Actualités Tarifs

fr Nous con

MaPlage.info, lauréat de l'Appel à Idées «Innovation Plage»

Récompense, Nouvelle Aquitaine

Publié le 11 août 2021

Temps de lecture : 2 min

Accueil > Actualités > MaPlage.info, lauréat de l'Appel à Idée Plage»

Le Dispositif MaPlage.info a été désigné lauréat d'une dernière édition de l'Appel à Idées « Innovation Plages » lancé par l'Agence de développement et d'Innovation de Nouvelle Aquitaine, en novembre 2020

projets de développement
accueil et d'information des visiteurs

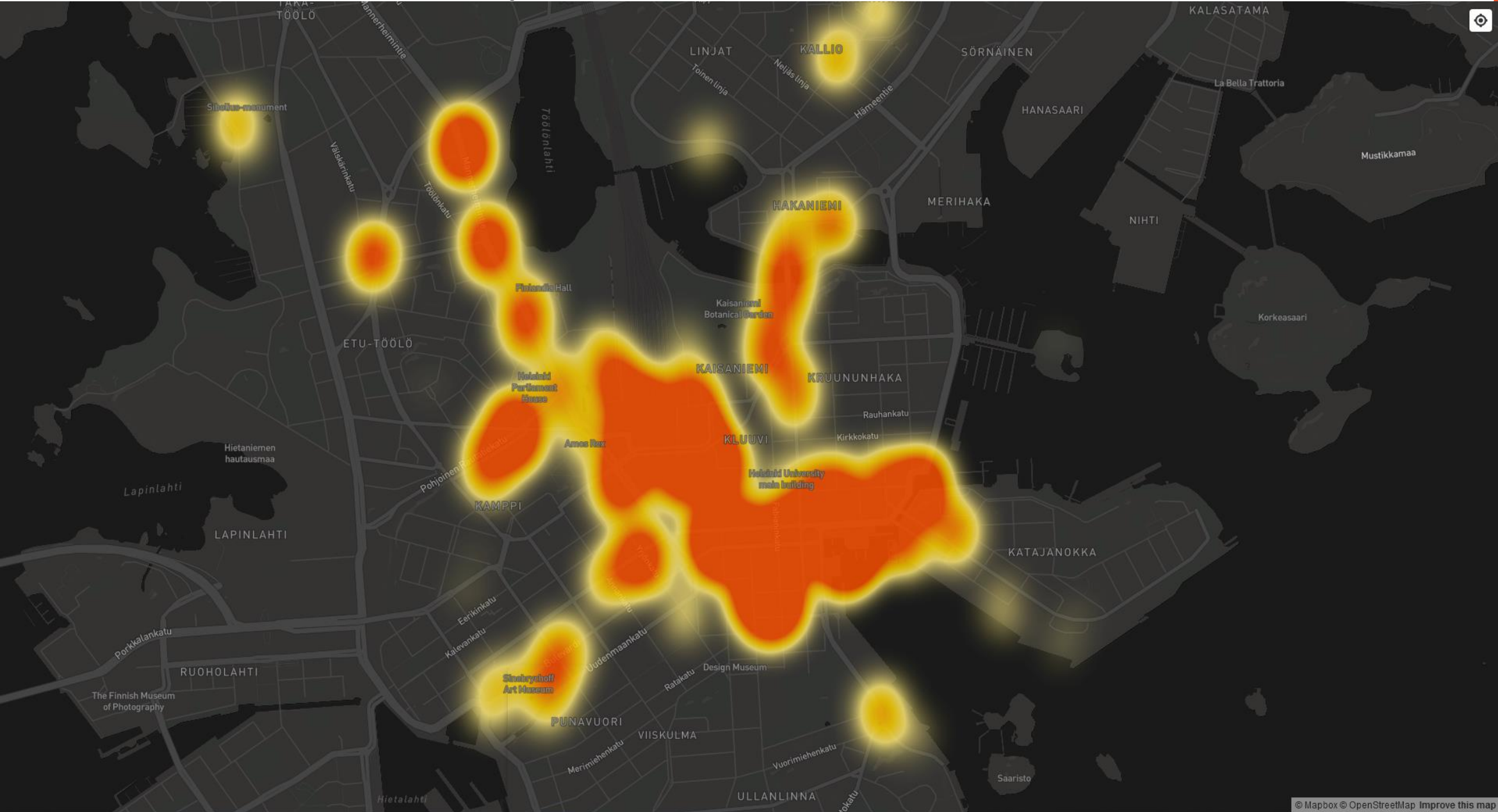
CLIENT ET GESTION

FINANCEURS

- Région sud



Helsinki & sa heatmap



Islande & la prévision de capacité de charge



GEYSIR ADALINNGANGUR



13:00

Most visited hour



106.189

Total visits this year



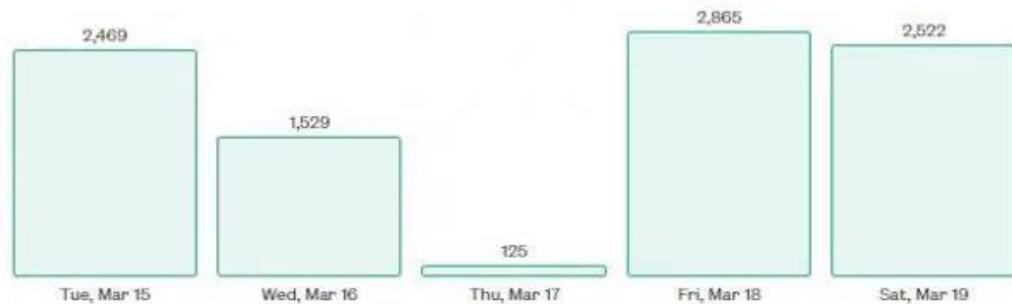
2.522

Total visitors yesterday

VISITS PER MONTH



VISITS PER DAY



Angkor et la démarche UNESCO



Amsterdam **I am**^{not}sterdam



18m de touristes à
Amsterdam / Pays-Bas :
17,7m



Perception négative des
habitants d'Amsterdam /
dégradation des conditions
de vie



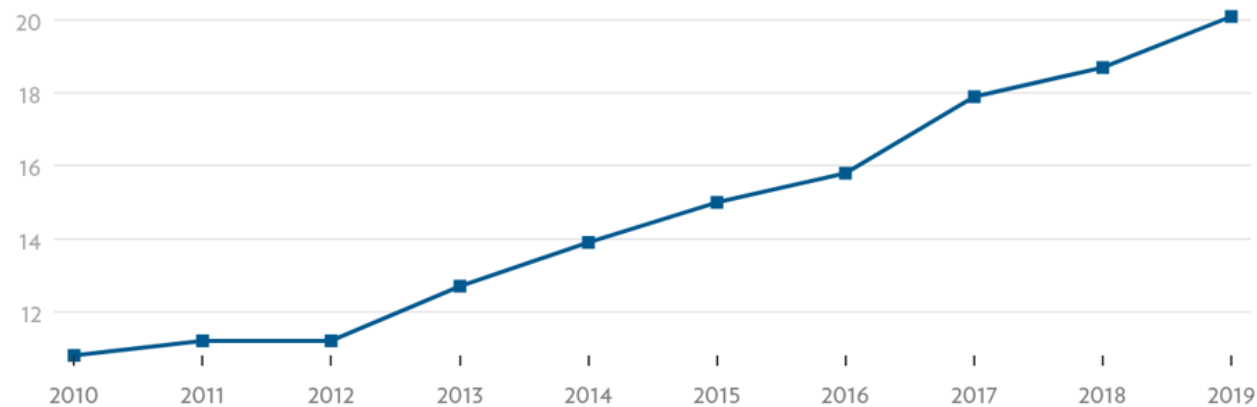
Airbnb limité à 30j/an
Pas de bateaux touristiques
Campagne de com' « Enjoy
& Respect »

Amsterdam **I am**^{not}sterdam



La progression du tourisme aux Pays-Bas depuis 10 ans

Millions de visiteurs internationaux



Source : Netherlands Board of Tourism & Conventions



Constat d'explosion de la fréquentation/congestion de la ville



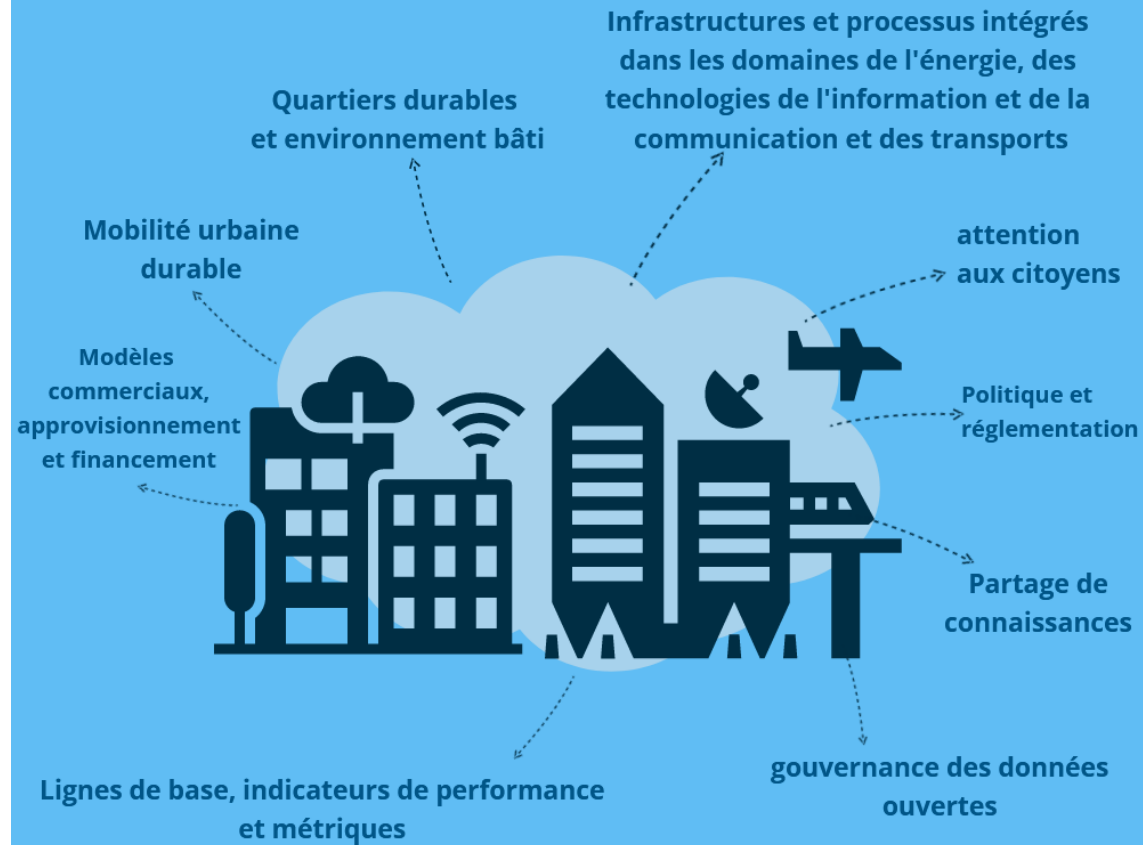
Analyse des flux : comprendre « où se trouvent les foules »



Caméras + algorithmes IA pour calculer densité, taille, direction

Qu'est-ce qu'une ville intelligente ?

Définition : une ville qui utilise la **technologie numérique** pour **connecter, protéger et améliorer** la vie des citoyens.



L'exemple des Grands Sites de France

1. Connaître la fréquentation pour mieux l'appréhender
2. Étendre la fréquentation pour un accueil de qualité
3. Diversifier l'offre sur un territoire élargi
4. Diminuer la pression des voitures sur les sites

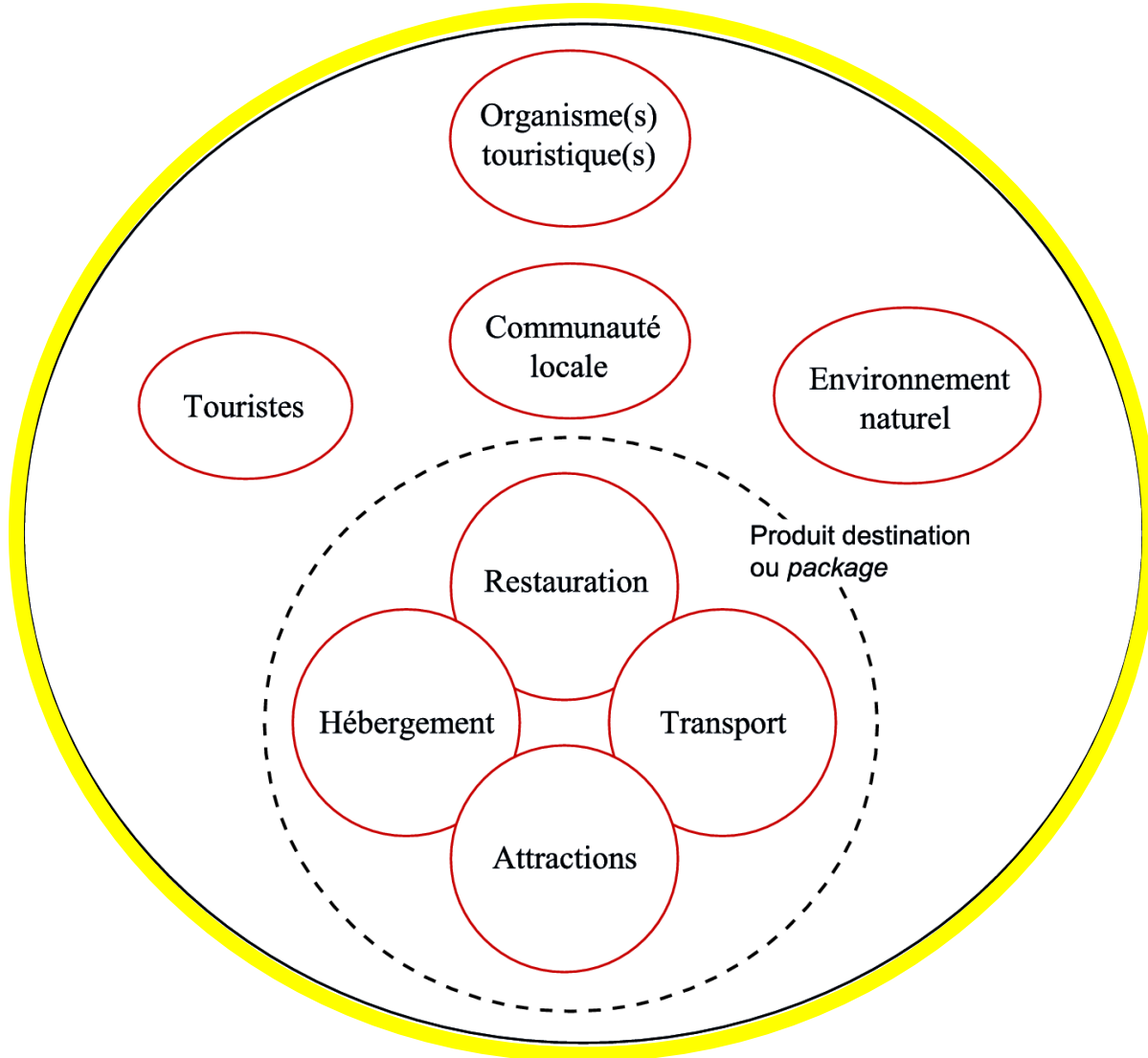


9h45 : Un panel d'outils de gestion pour réguler les flux, repenser l'accueil du public et générer une dynamique économique nouvelle sur le massif :

- plan de circulation motorisé,
- schéma directeur des sentiers et itinéraires,
- schéma signalétique,
- schéma d'accueil du public,
- requalification des portes de site...

Du 11 au 13 mai 2022
Massif du Canigó

1^{ère} synthèse : l'importance de la coopération



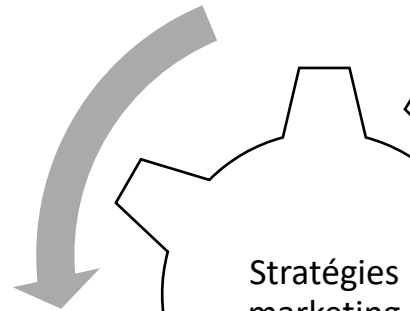
Cartographie des solutions



Collectivités, OGD,
socioprofessionnels

- Schéma de développement durable
- Coopération et diversification
- Qualification des réponses possibles

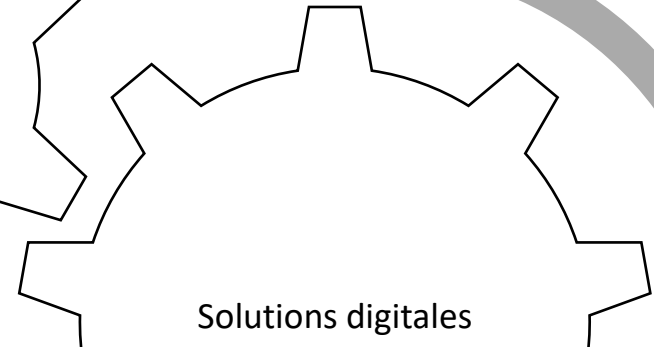
Stratégies de territoire



Stratégies marketing

- Marketing responsable
- Nudge marketing
- Wait marketing

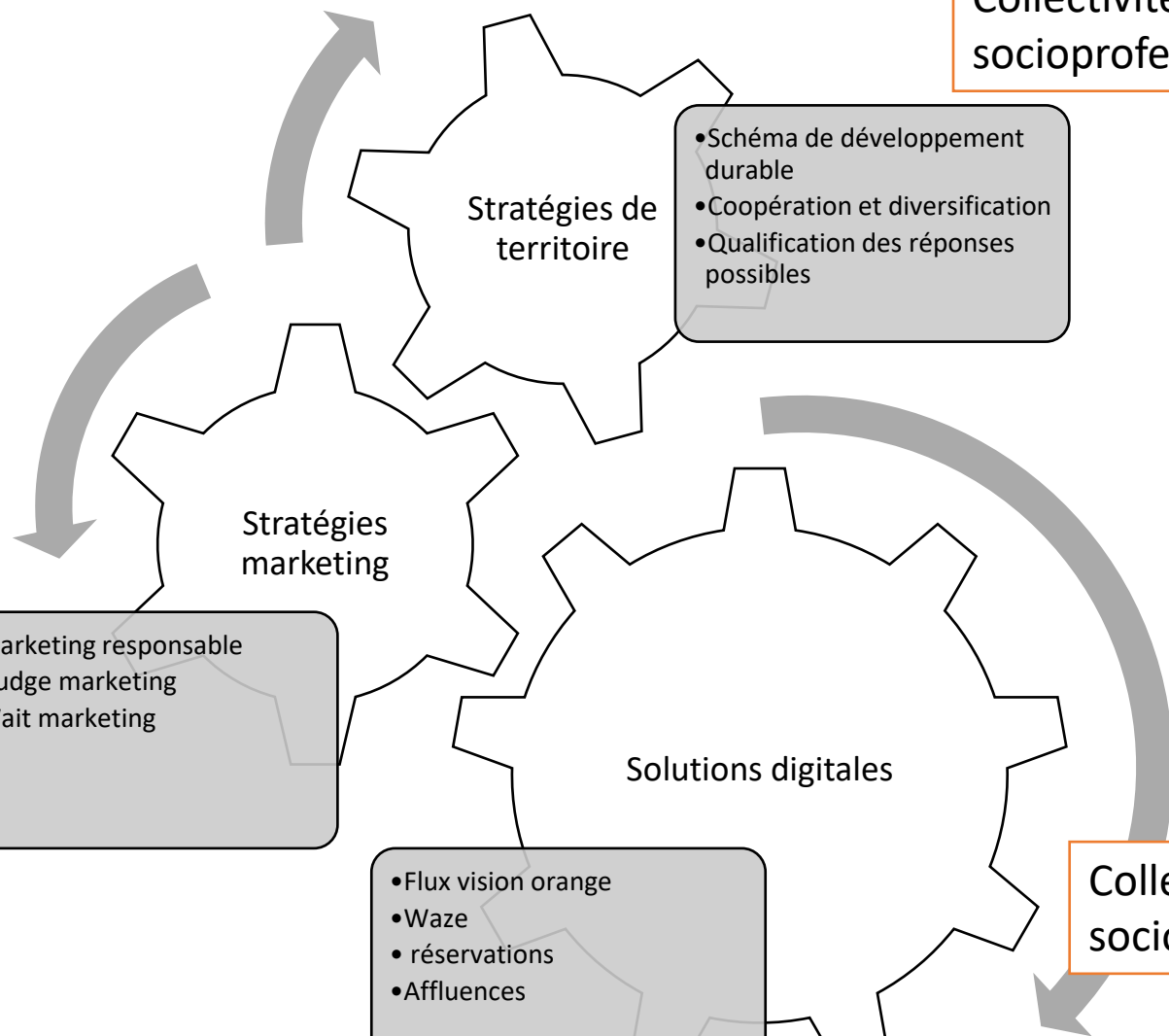
Collectivités, OGD,
socioprofessionnels



Solutions digitales

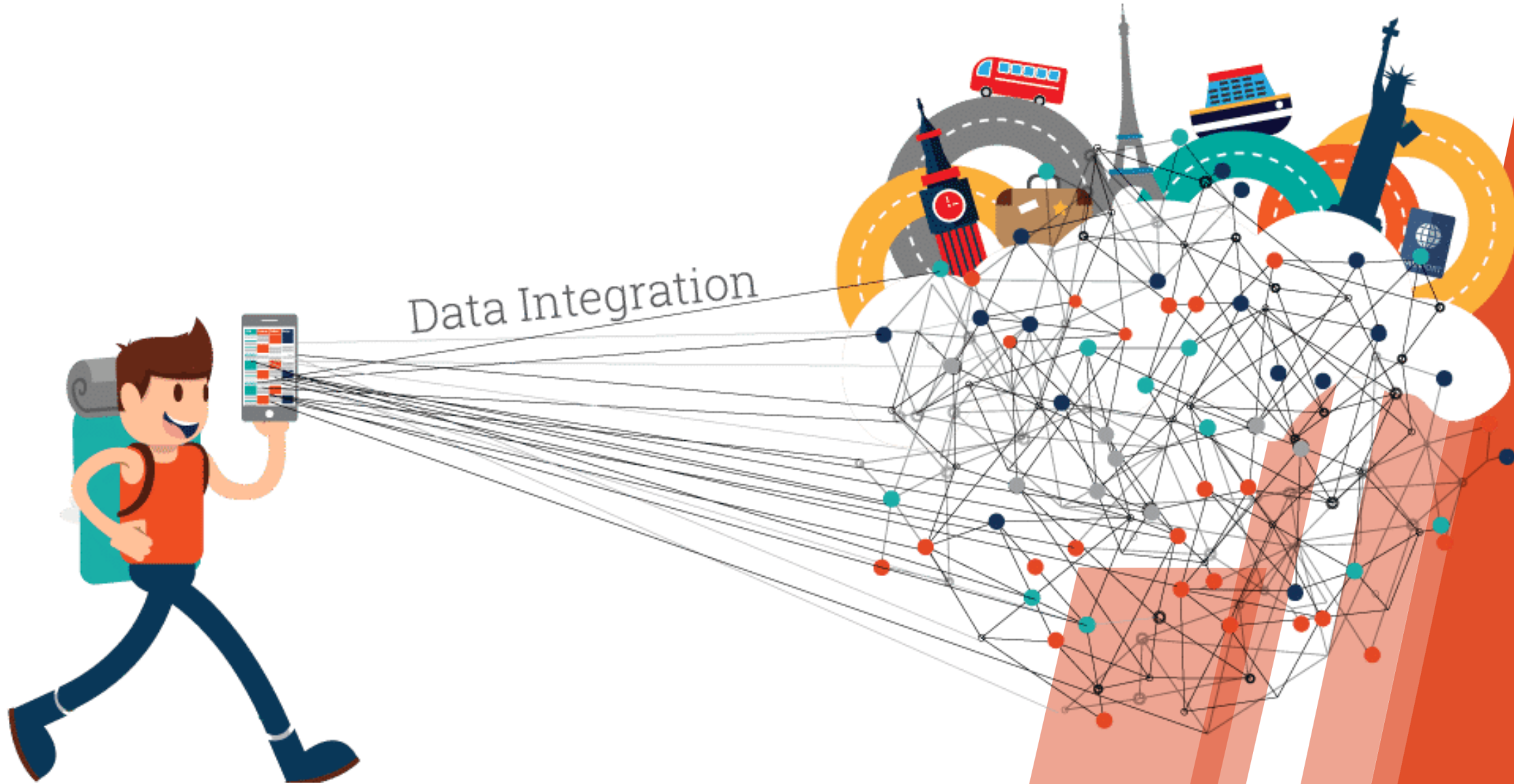
- Flux vision orange
- Waze
- réservations
- Affluences

Collectivités, OGD,
socioprofessionnels





Merci!



Marketing responsable...



Marketing responsable : la matrice de croissance



ANNEE 2025		SAISONS							TOTAL	RAPPORT 100	2021	EFFET MATRICE
		Vacances d'été	Mai-Juin	Vacances de Noël	Vacances de la Toussaint	Septembre (arrière-saison)	Vacances d'hiver	Reste de l'année				
MARCHES DE CLIENTELES	Familles avec enfants	19,7% ①	3,7% ① ②	3,8%	1,5%	2,2% ②	2,9% ①	2,3%	36%	40%	33%	6,81
	Tribu d'amis (au moins 4 personnes) sans enfant	7,4% ①	5,9% ① ②	0,9%	0,7%	3,7% ①	1,2%	2,2%	22%	24%	19%	5,27
	Couple sans enfants	5,0% ①	2,2% ① ②	0,5%	0,3%	1,3% ①	0,9%	0,9%	11%	12%	10%	2,47
	Groupe de sportifs	4,1% ①	1,9% ① ②	0,2%	0,6%	1,1% ①	0,3%	0,8%	9%	10%	8%	1,88
	Grands parents + petits enfants	3,8% ①	1,1% ① ②	0,2%	0,5% ① ②	0,9%	0,5% ①	0,6%	8%	8%	7%	1,87
	Clientèles affaires (commerciaux / séminaires)	2,8% ①	1,5% ①	0,2%	0,4%	1,1% ①	0,5%	1,7% ①	8%	9%	7%	1,60
	Groupe de retraités	1,9%	0,8% ① ②	0,2%	0,2%	1,3%	0,2%	0,5%	5%	6%	5%	0,68
	Scolaires	0,7%	0,4% ① ②	0,0%	0,1%	0,2% ① ②	0,1%	0,2%	2%	2%	2%	0,19
	Autres clients	4,5%	1,7%	0,5%	0,2%	1,0%	0,3%	0,3%				
TOTAL	49,9%	19,1%	6,6%	4,5%	12,8%	7,4%	10,1%	110%				
RAPPORT 100	45,2%	17,3%	6,0%	4,0%	11,6%	6,7%	9,2%		100%			
2021	45,3%	16,6%	6,5%	4,2%	11,3%	6,8%	9,5%					

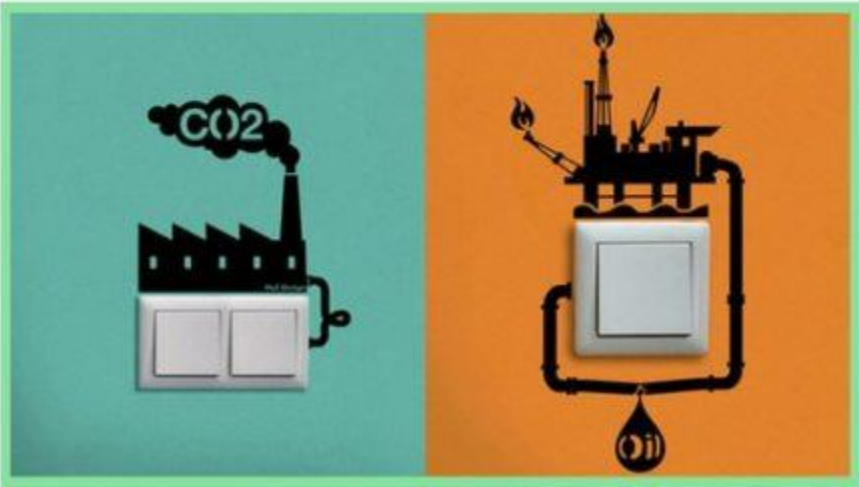
EFFET MATRICE



Marché Prioritaire
Marché Secondaire
Marché non Prioritaire

- ① : Croissance par l'offre – Améliorer ou créer une nouvelle offre
- ② : Accroître la présence sur les marchés où le territoire est présent
- ③ : Aller conquérir de nouveaux marchés

Nudge Marketing



Musées, sites touristiques...le wait marketing



Affluences



Dites nous dans combien de temps passe votre bus
et nous trouvons un épisode de la même durée.

5 MIN 9 MIN 11 MIN

CANAL PLAY

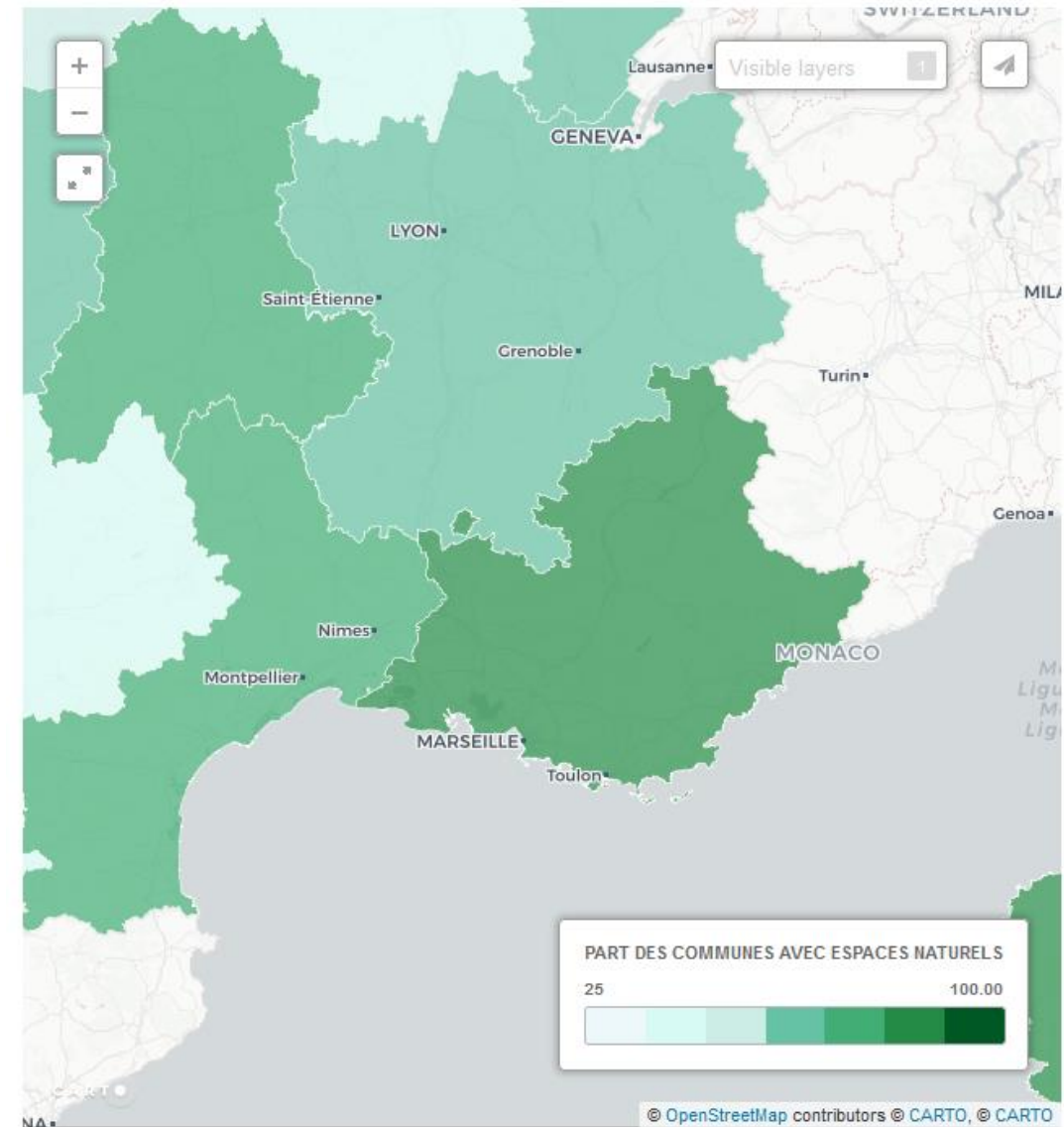
**PROFITEZ D'UN EPISODE
JUSQU'A L'ARRIVEE
DE VOTRE BUS**

Tourisme et espaces naturels..

1. **Réponse éducative et inclusive** : l'éducation et la sensibilisation au respect de la biodiversité
2. **Réponse coercitive** : parking payant ; arrêtés municipaux , fermeture
3. **Réponse systémique** : travailler à la diversification de l'offre touristique / design de l'offre



Affluences



Tourisme et espaces naturels...



OutdoorVision : Un dispositif basé sur la participation de la communauté



Préservons notre terrain de jeu !

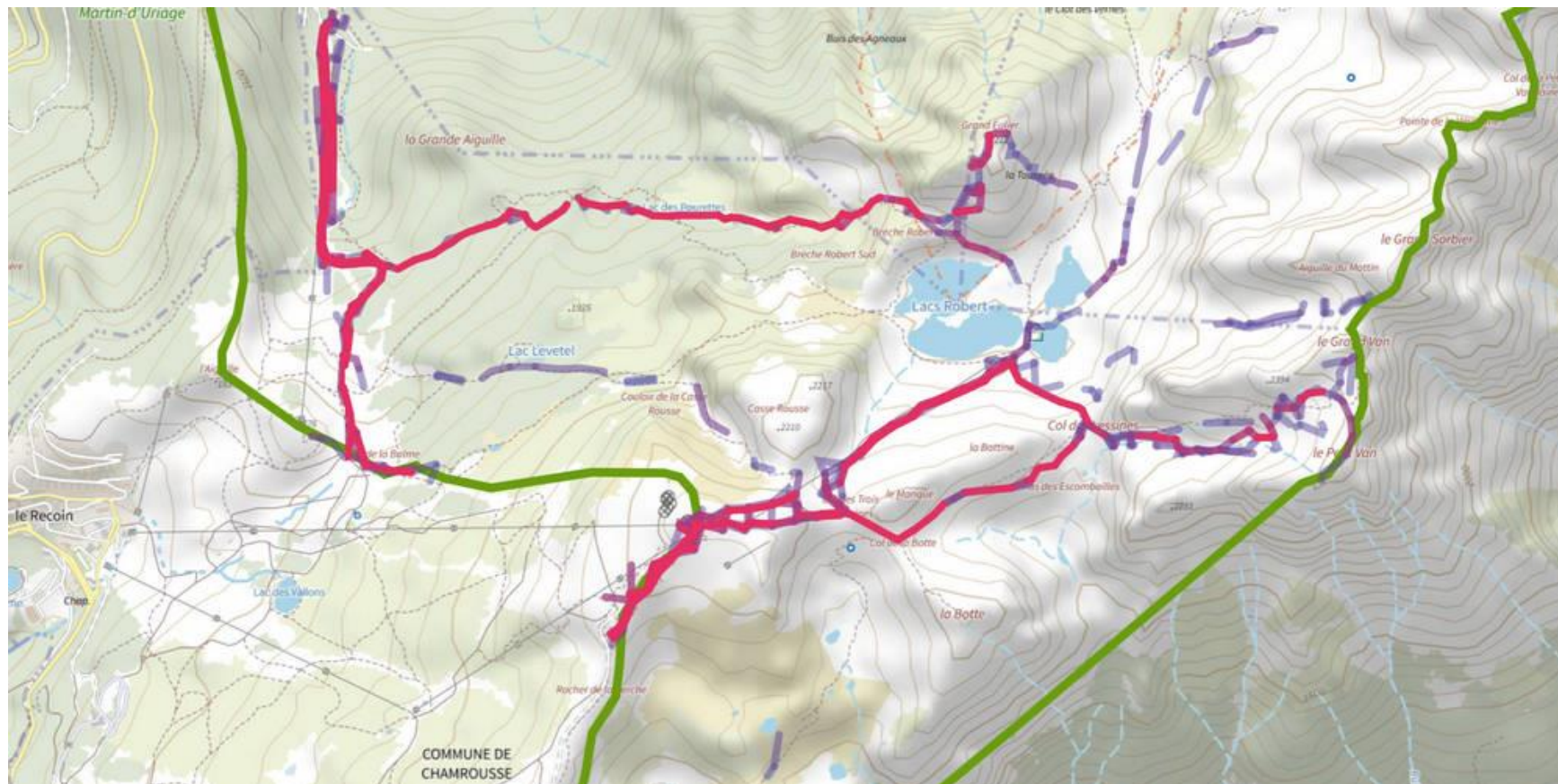
Je partage mes traces GPS pour la préservation et l'aménagement de mes sites de pratique.

Je participe



Tourisme et espaces naturels...

OutdoorVision : Un dispositif basé sur la participation de la communauté

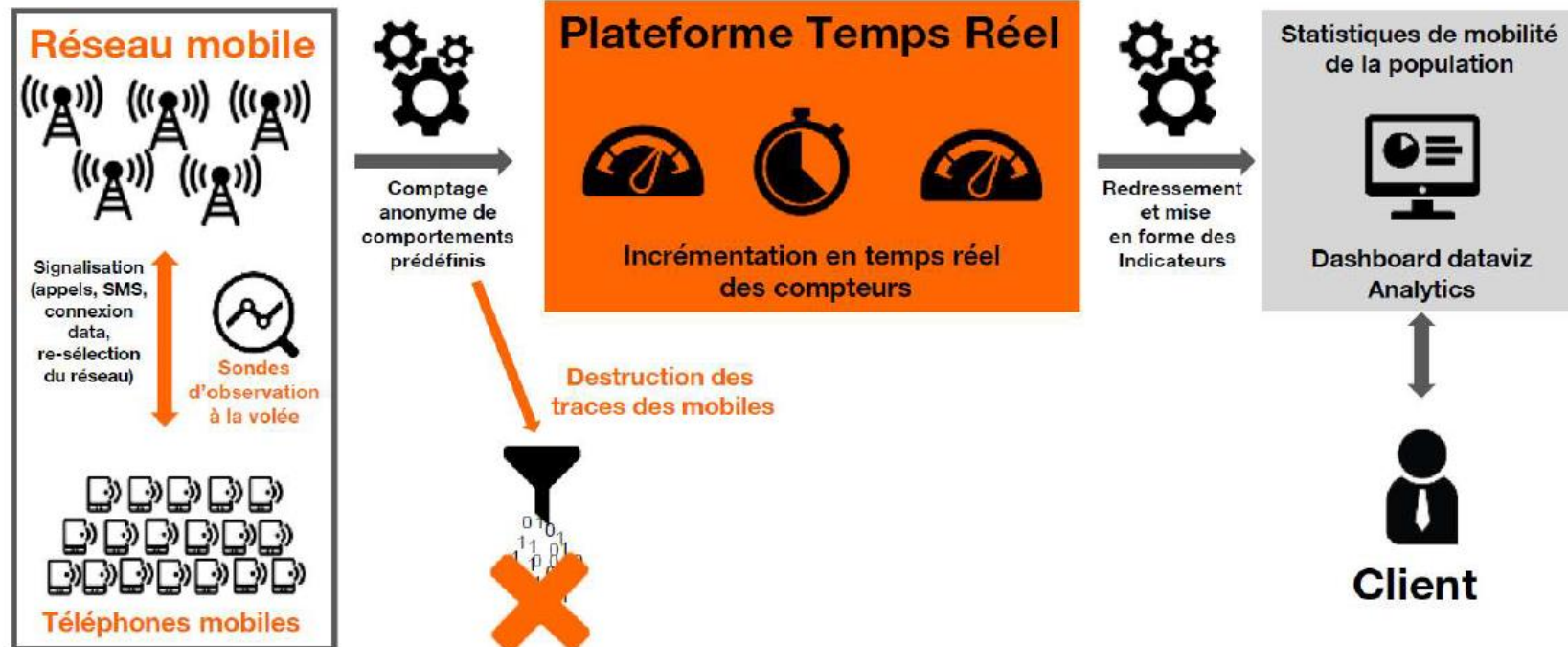


Flux Vision Orange



Flux Vision : schéma de fonctionnement

Flux de données



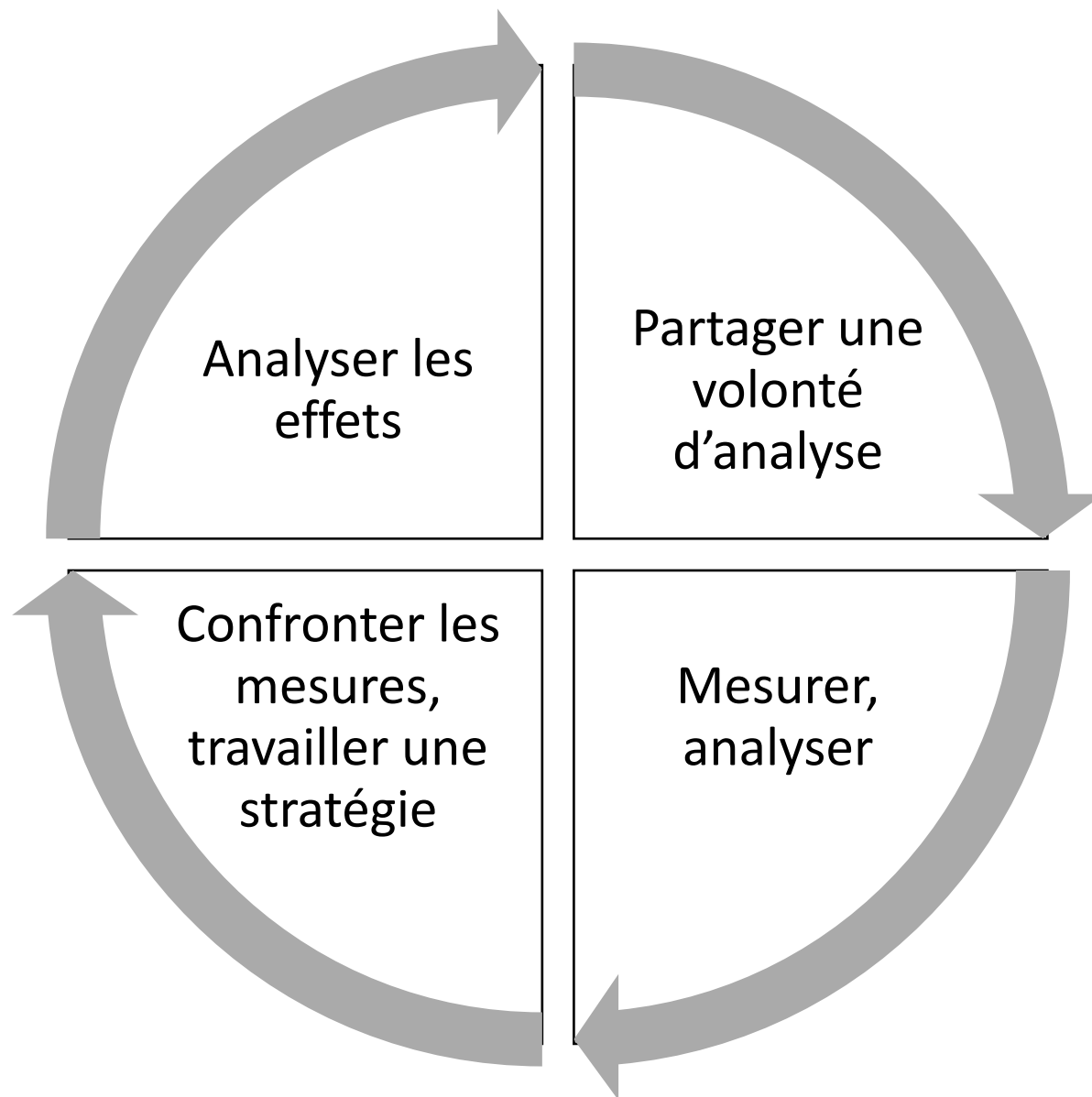
Source : Flux Vision Tourisme Orange - Traitement et analyse : Observatoire OTI La Baule Presqu'île de Guérande

Source : Provence Tourisme

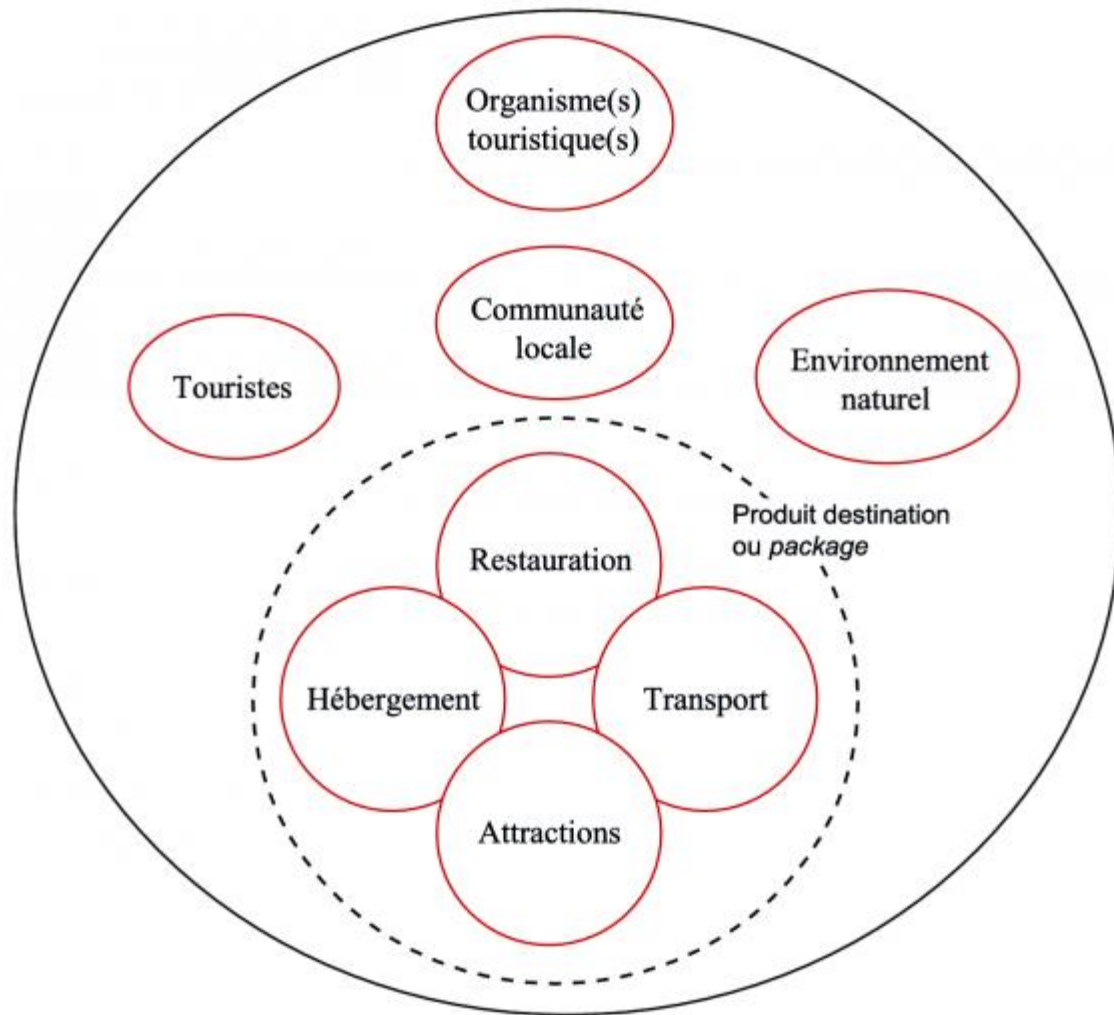
Synthèse n°2



En synthèse...gérer les flux touristiques c'est quoi?

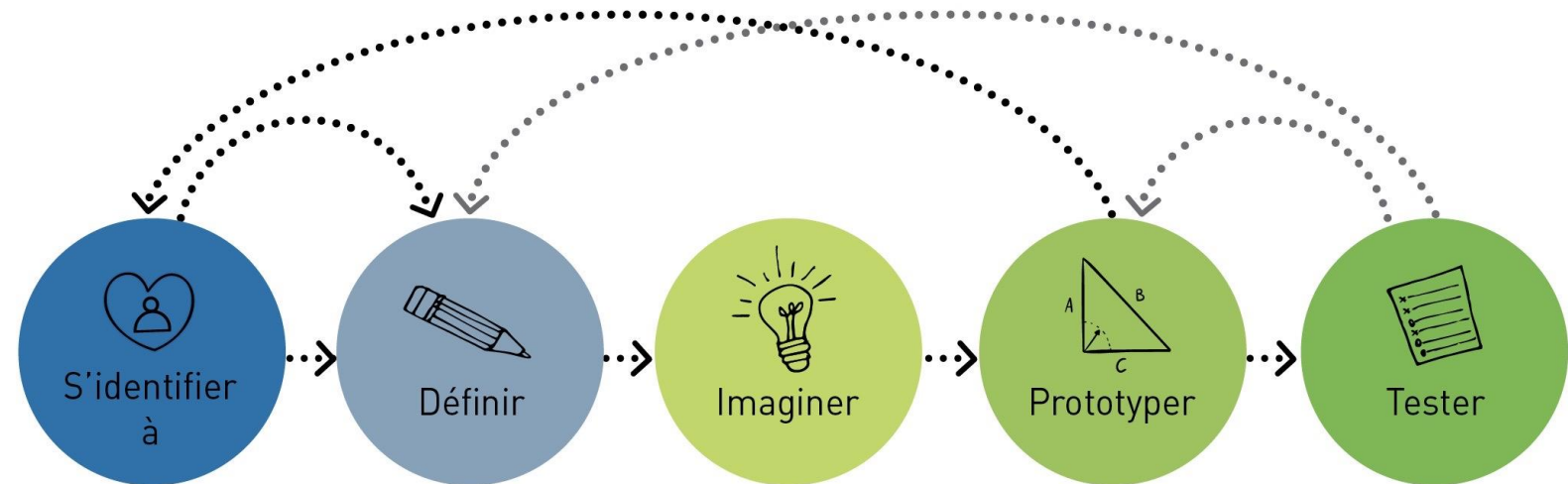


En synthèse...gérer les flux touristiques c'est quoi?

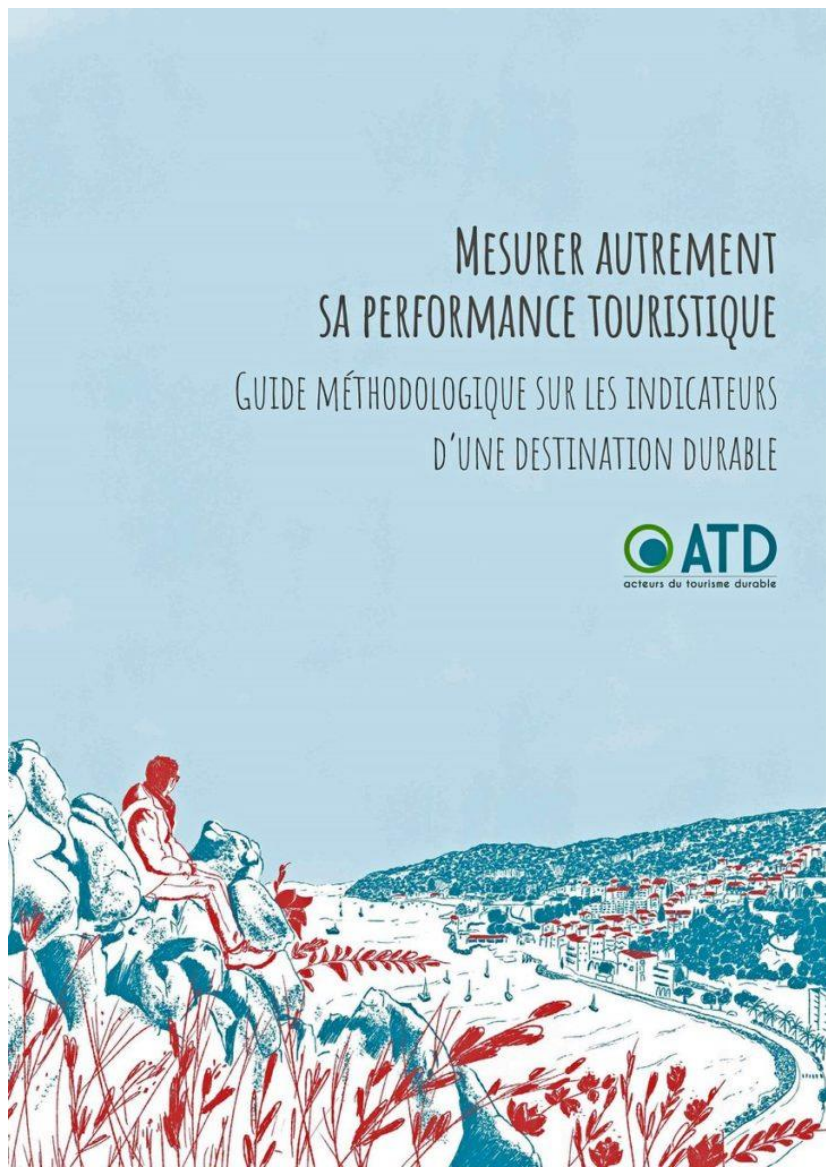


Des méthodes possibles...

Le processus de design thinking

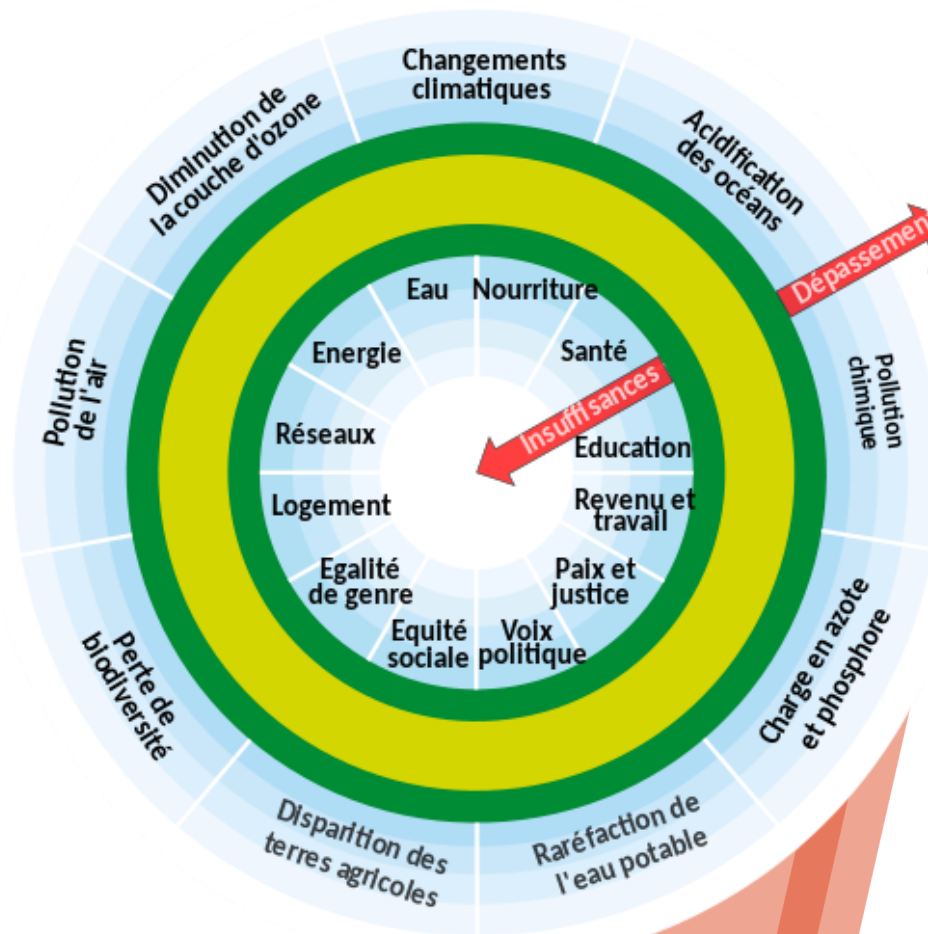


Gestion des flux touristiques et tourisme durable



MESURER AUTREMENT SA PERFORMANCE TOURISTIQUE

GUIDE MÉTHODOLOGIQUE SUR LES INDICATEURS
D'UNE DESTINATION DURABLE



MERCI DE VOTRE
ATTENTION !



IDTOURISME

Guillaume CROMER / Florian Billaud

Bureau: Cowork in Grenoble, 93 Cours Berriat 38000 GRENOBLE

Siège social: 7, impasse du four 38000 GRENOBLE

Tel: 06 99 29 47 29 / 07 63 47 02 04

guillaume@id-tourisme.fr / florian@id-tourisme.fr

Site Internet: www.id-tourisme.fr

Blog: www.tendances-tourisme.fr



#RdvduCRT n°3

GESTION DES FLUX TOURISTIQUES

QUELLES ACTIONS POUR LE COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME ?

2022

Click to add text

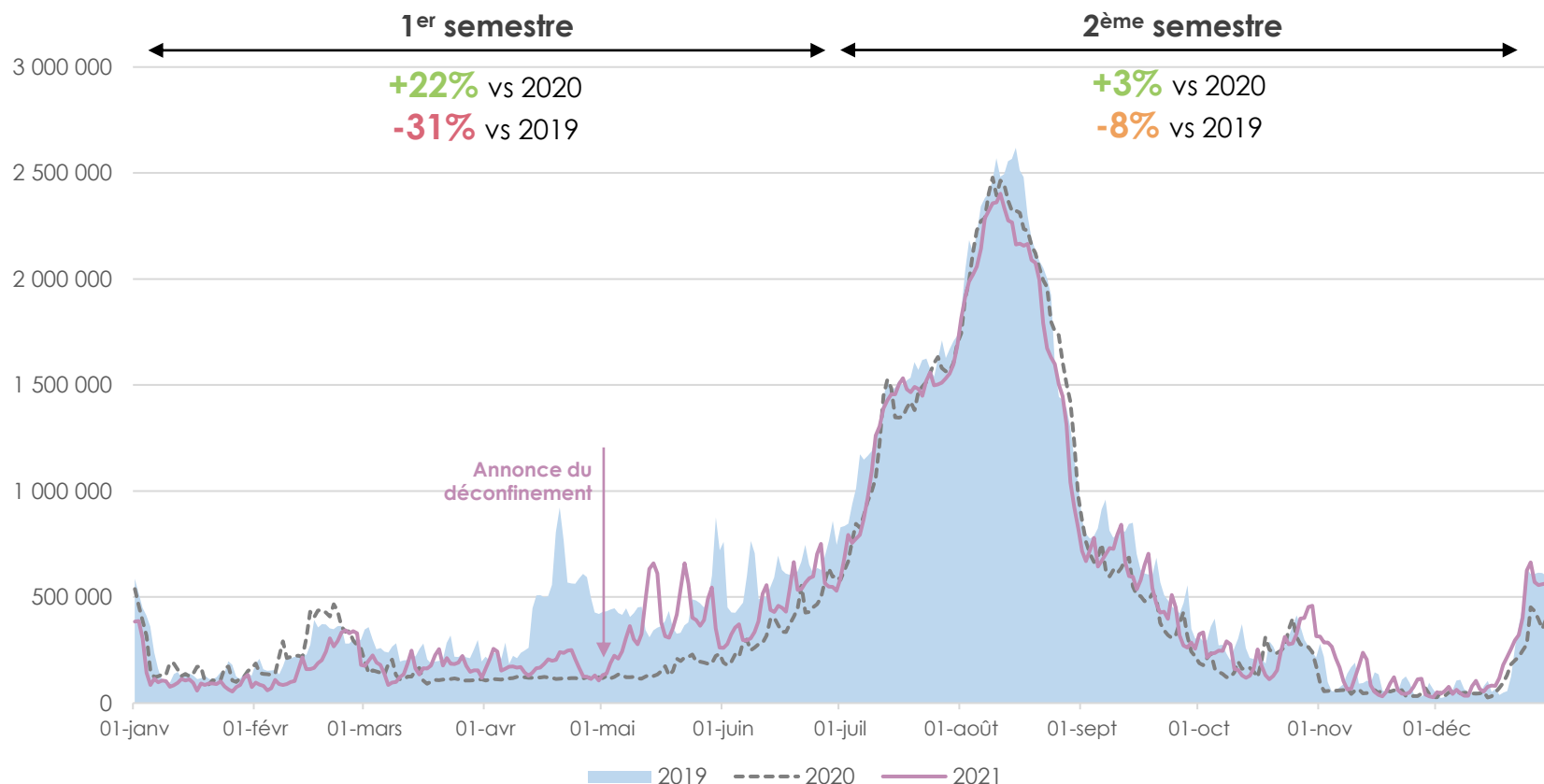
#RDVDUCRT

NOS OUTILS DE MESURE

NOS OUTILS DE MESURE

FLUX FRANCOIS MARCHAND

Evolution 2021/2020/2019 en %



Nuitées

180 millions

en 2021

+7%

Évolution
2021/2020

-15%

Évolution
2021/2019

En 2021, la région Provence-Alpes-Côte d'Azur a enregistré **180 millions de nuitées touristiques**.

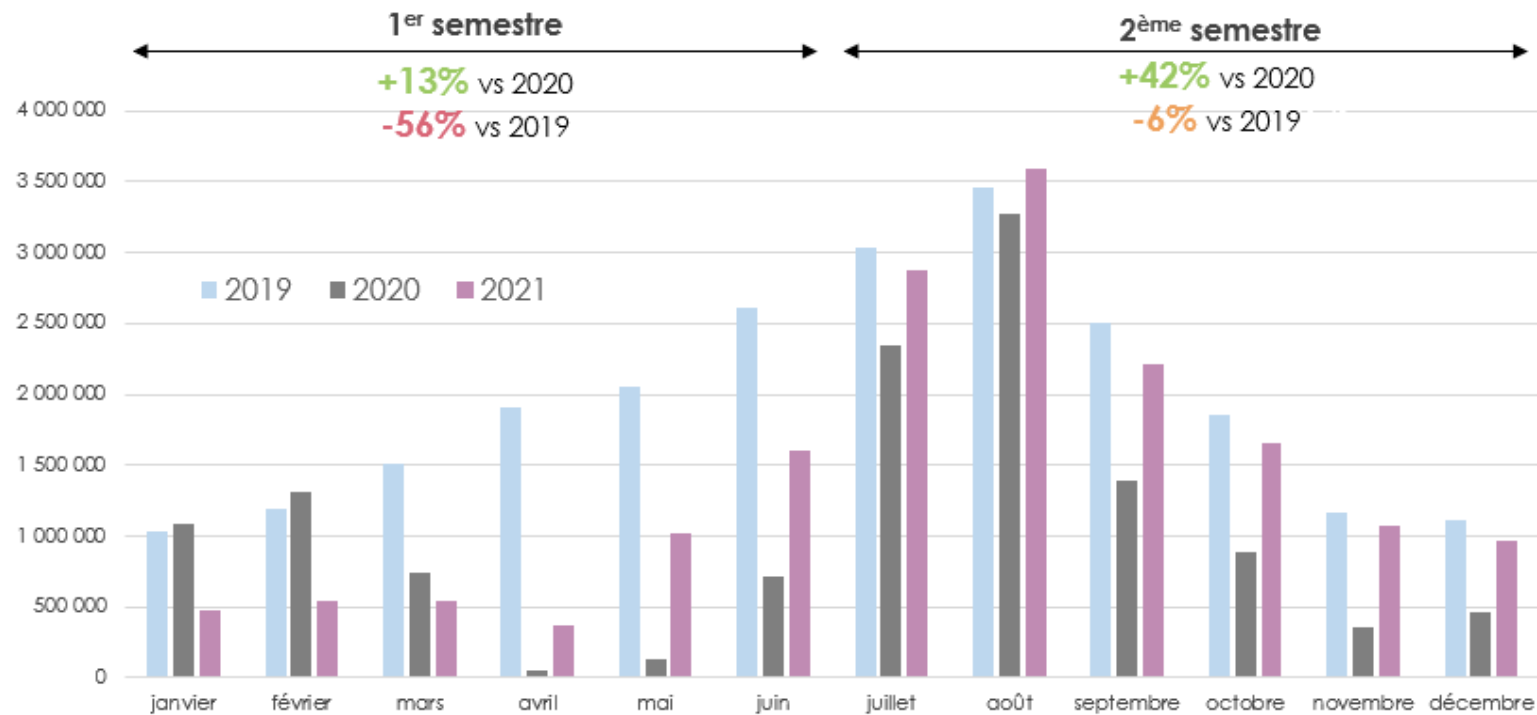
En progression de **+7% par rapport à l'année dernière** mais tout de même **inférieur de 15% au niveau de 2021**.

Pour rappel, l'année dernière, la fréquentation était en baisse de **-21%** par rapport à 2019.

NOS OUTILS DE MESURE

ENQUÊTES HÔTELIÈRES

Evolution 2021/2020/2019 en %



Fréquentation en nuitées

16 920 000
en 2021

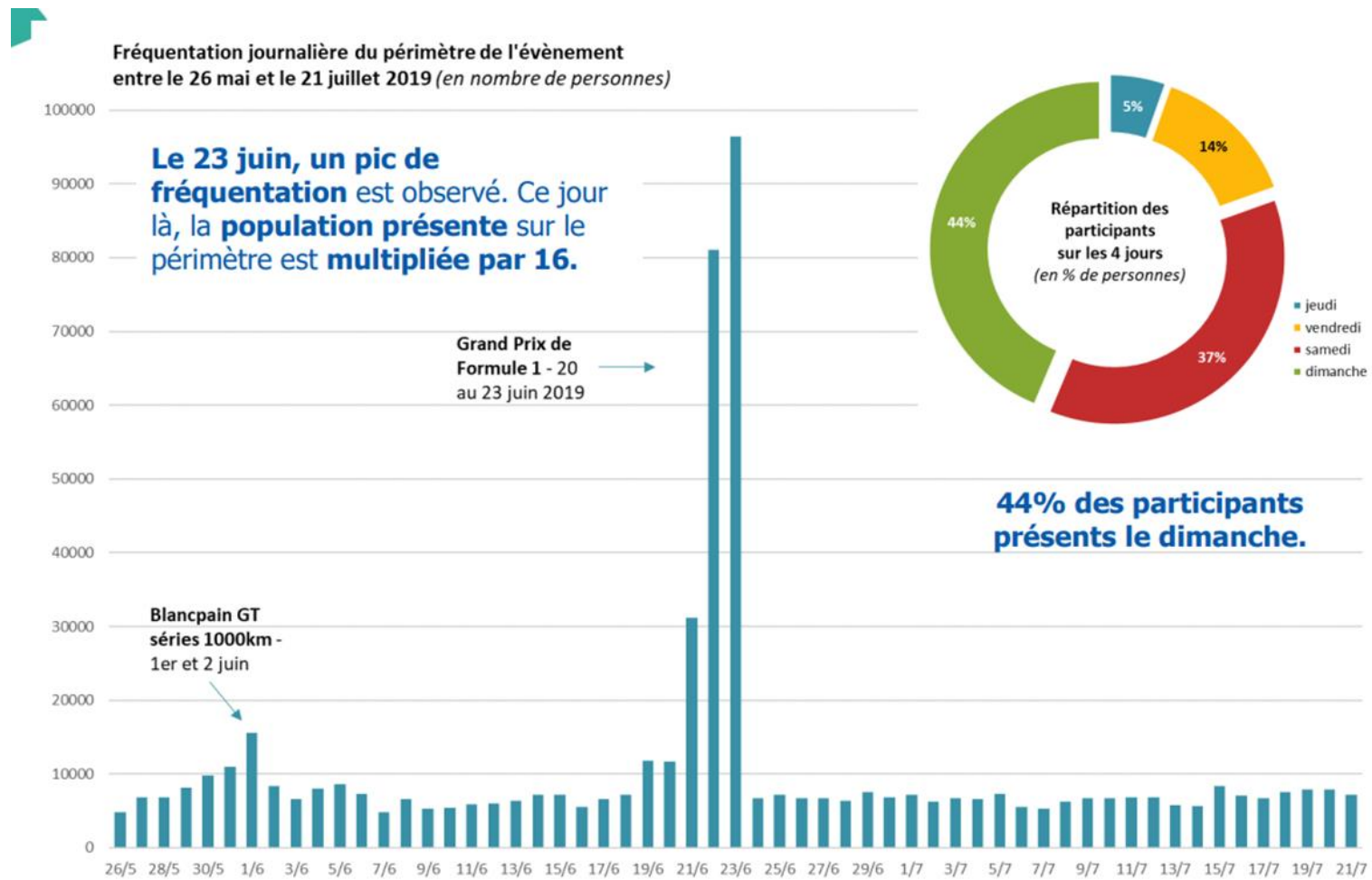
+33 %
Évolution
2021/2020

-28 %
Évolution
2021/2019

Évolution 2021/2019	-54%	-54%	-64%	-81%	-50%	-38%	-6%	+4%	-12%	-11%	-8%	-13%
Évolution 2021/2020	-56%	-58%	-27%	+638%	+673%	+123%	+23%	+10%	+60%	+87%	+204%	+110%

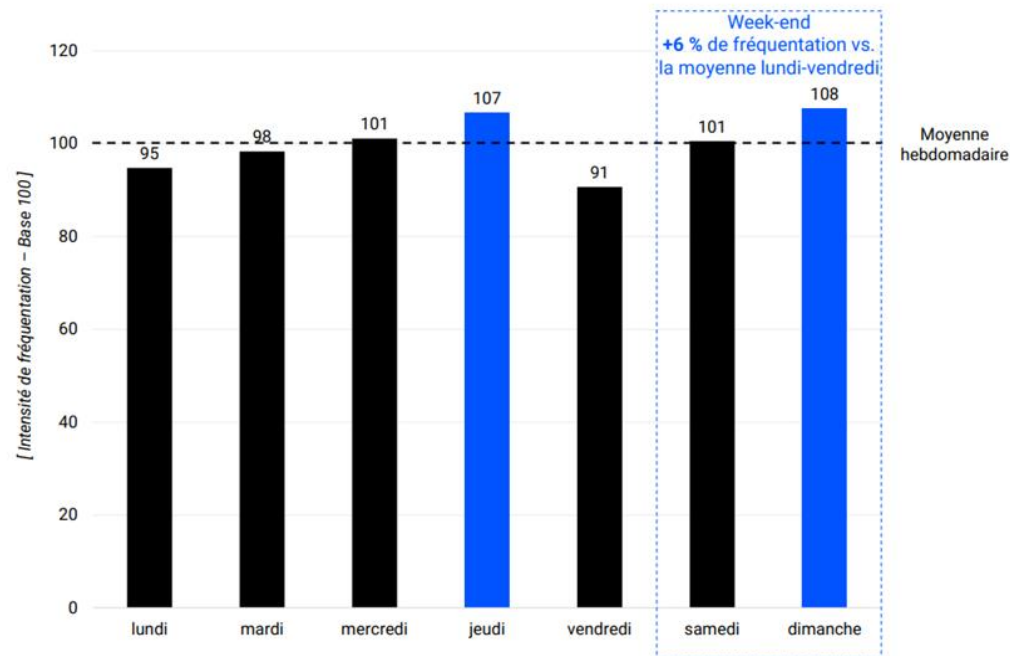
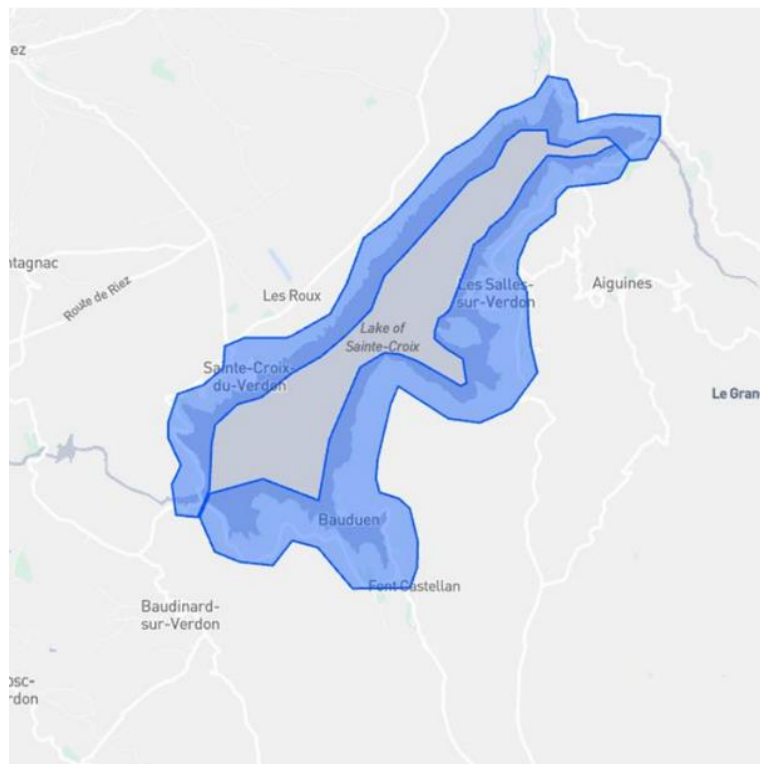
NOS OUTILS DE MESURE

FLUX VISION EXEMPLE DU GRAND PRIX DE FRANCE



NOS OUTILS DE MESURE

EXPERIMENTATION MY TRAFFIC



1. Géolocalisation



2. Algorithme de quantification des flux



3. Vérification par des comptages terrains

Analyse de la fréquentation du lac de Sainte-Croix via les données de géolocalisation récupérées par plusieurs applications au cours de l'été 2021

#RDVDUCRT

NOS LEVIERS D' ACTIONS

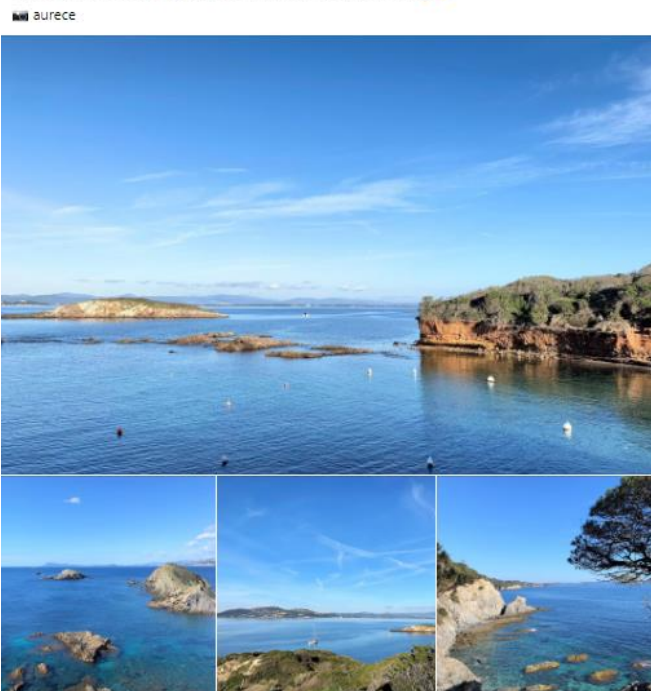
NOS LEVIERS D' ACTIONS

UNE STRATÉGIE DE CONTENUS « RESPONSABLE »

DÉCOUVREZ
UN TERRITOIRE RICHE EN ÉMOTIONS

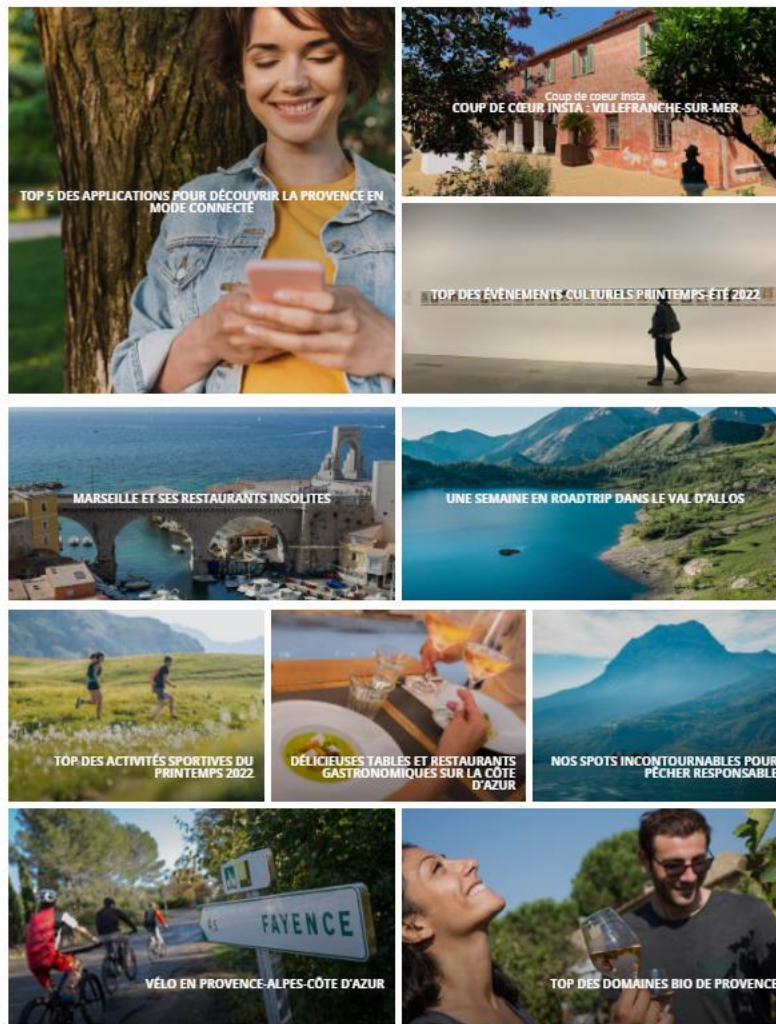
Provence-Alpes-Côte d'Azur Tourisme est à Sentier du Littoral de la Presqu'île de Giens. 4 avril · Hyères ·

En week-end à Hyères-les-Palmiers, on prend le temps de se promener sur le sentier du littoral de la presqu'île de Giens : ses pins, ses couleurs, un vrai bonheur ! 🌊🌳



Céline Neirink et 7,3 K autres personnes · 241 commentaires · 560 partages

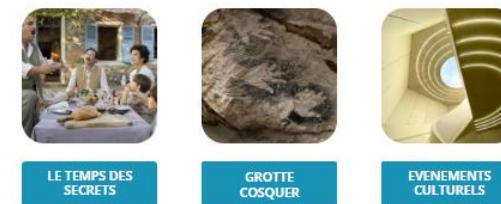
Réseaux sociaux



LES COUPS DE ♥

À voir absolument

Pour un printemps au top, on vous dévoile nos coups de cœur immanquables ! Il est encore temps de partir en famille à la découverte du film "Le temps des secrets" : plongez dans les souvenirs d'enfance de Pagnol avec en décor une Provence plus authentique que jamais. Amoureux d'histoire, la Villa Méditerranée vous transporte quelques milliers d'années en arrière : dès le 4 juin prochain, vivez une expérience immersive et découvrez la réplique de ce bijou archéologique qu'est la grotte Cosquer. Vous reprendrez bien un peu de culture ? Notre top des événements culturels Printemps-Été est à consommer sans modération : idéal pour programmer des sorties et activités lors d'un week-end printanier.



NOUVEAUTÉS

A chaque saison ses nouveautés. L'hiver est derrière nous et la douceur printanière invite à la déconnection et au lâcher prise. Découvrez nos dernières adresses et testez ces nouveaux spots qui valent le détour. Hôtels nature en plein cœur de parcs naturels, tables insolites, activités inédites ? Il y en a pour tous les goûts !



Newsletter

provence-alpes-cotedazur.com



NOS LEVIERS D' ACTIONS

UNE STRATEGIE « PUSH » PENSEE POUR ETALER LA FREQUENTATION



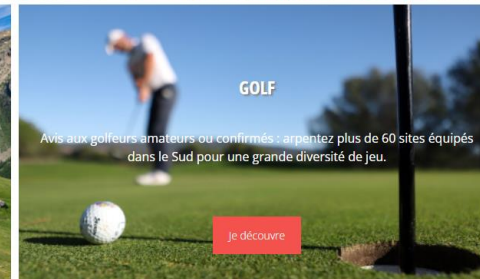
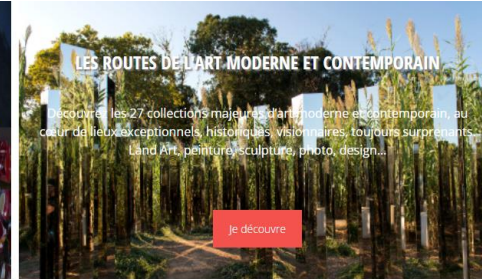
Explore France



CÔTE D'AZUR
FRANCE

Explore France

A l'international



Comme sur le marché domestique



NOS LEVIERS D' ACTIONS

FOCUS SUR LES ESPACES NATURELS PROTÉGÉS

Sensibilisation des visiteurs



Parc national du Mercantour

ON A TOUS BESOIN DE NATURE

PROTÉGEONS NOTRE ÉCRIN !

#OnaTousBesoinDuSud

ADOPTER LES BONS GESTES C'EST RESPECTER NOS ESPACES NATURELS PROTÉGÉS.

onatousbesoinusud.fr/nature

RÉGION SUD PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME



Parc naturel régional du Queyras

ON A TOUS BESOIN DE BIEN VIVRE ENSEMBLE

RESPECTONS LES AUTRES !

#OnaTousBesoinDuSud

RESPECTER LES HABITANTS ET LEURS ACTIVITÉS, C'EST VIVRE SÉRÈNEMENT NOS ESPACES NATURELS PROTÉGÉS.

onatousbesoinusud.fr/nature

RÉGION SUD PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME



ON A TOUS BESOIN D'EXPLORER

DÉCOUVRONS AUTREMENT !

#OnaTousBesoinDuSud

Parc naturel régional de Camargue

ÉVITER DE VISITER TOUS LES MÊMES SPOTS, C'EST PROFITER SÉRÈNEMENT DE NOS ESPACES NATURELS PROTÉGÉS.

onatousbesoinusud.fr/nature

RÉGION SUD PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME



Parc naturel régional du Verdon

ON A TOUS BESOIN D'ÊTRE RESPONSABLES

PENSONS À DEMAIN !

#OnaTousBesoinDuSud

SUIVRE LES CONSEILS C'EST PRENDRE SOIN DE NOS ESPACES NATURELS PROTÉGÉS.

onatousbesoinusud.fr/nature

RÉGION SUD PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME

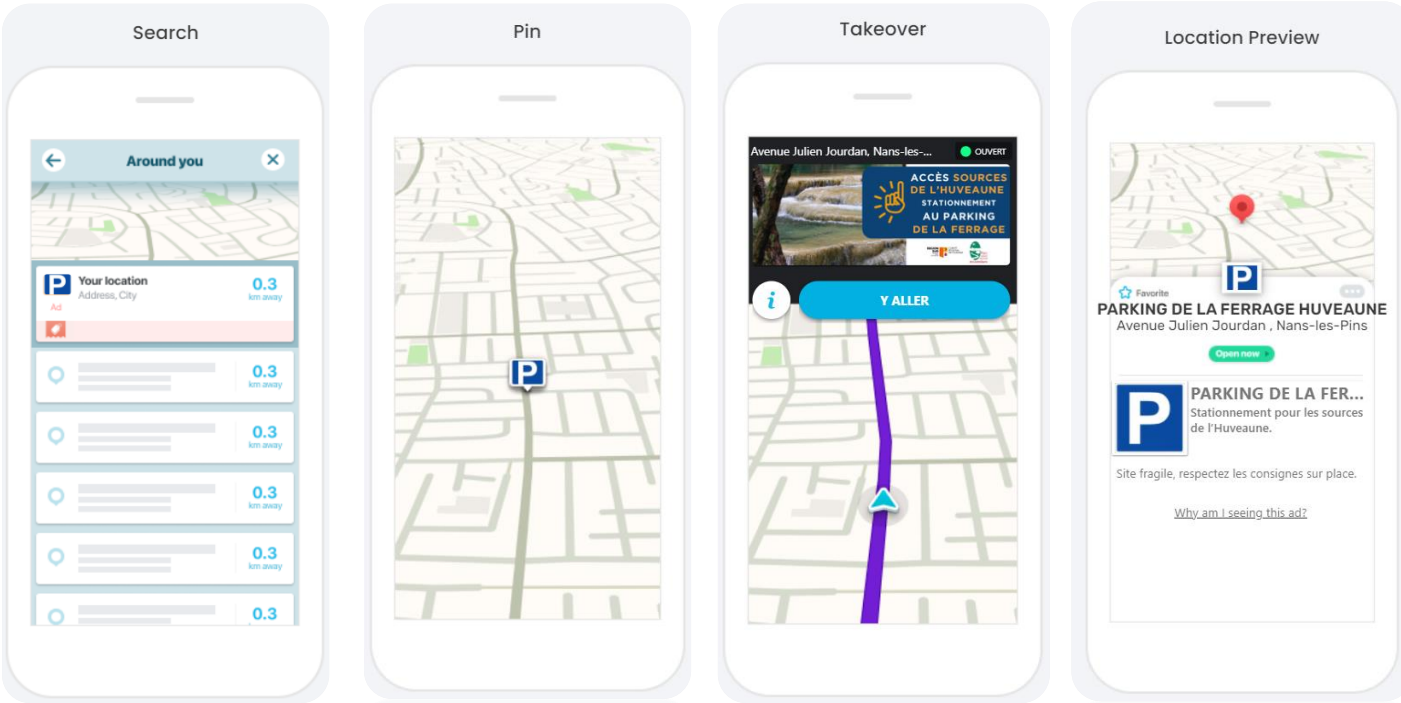
NOS LEVIERS D'ACTION

FOCUS SUR LES ESPACES NATURELS PROTÉGÉS

Campagnes Waze

Mise en place de campagnes Waze avec 2 objectifs :

1. **Campagnes locales de gestion des flux** pour orienter le stationnement des visiteurs et éviter les parkings sauvages ou suggérer des alternatives aux « hot spots » lorsque ceux-ci sont saturés.
2. **Campagnes de sensibilisation** pour sensibiliser les visiteurs sur la nécessité de préserver nos espaces naturels... ou les informer d'éventuels risques naturel (incendies, inondation, etc.)

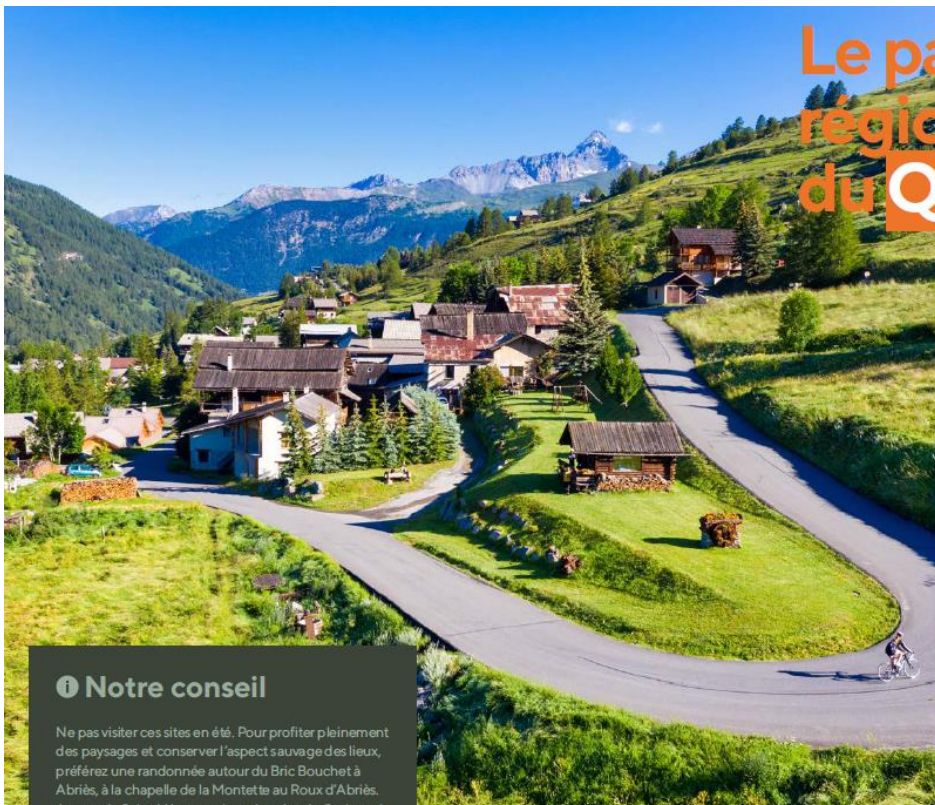


NOS LEVIERS D' ACTIONS

FOCUS SUR LES ESPACES NATURELS PROTÉGÉS

Sensibilisation des médias

Le parc naturel régional du Queyras



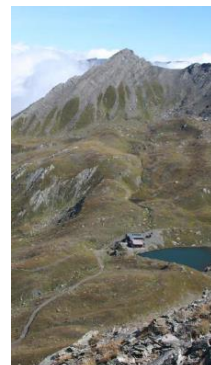
Notre conseil

Ne pas visiter ces sites en été. Pour profiter pleinement des paysages et conserver l'aspect sauvage des lieux, préférez une randonnée autour du Bric Bouchet à Abriès, à la chapelle de la Montette au Roux d'Abriès. Autour de Saint-Véran, explorez la crête de Curlet et le grand circuit de la mine.

Dans les Alpes du Sud, frontalier avec l'Italie, le Queyras offre une bulle de nature sauvage et montagnaise.

Les sommets, dont le Mont-Viso, y tutoient le ciel à 3000m d'altitude. On y retrouve des cols rendus mythiques par le Tour de France : le Col d'Izoard et le Col d'Agnel, portes d'entrée de ce territoire d'exception en été. La végétation y est principalement composée de mélèzes, qui se parent de teintes orangées à l'automne, et de pins. Le Queyras constitue le refuge de nombreuses espèces à observer lors de sorties nature : mésanges, marmottes, aigle royal, chouette de Tengmalm, chamois, mouflons... On y vient aussi pour la richesse du patrimoine bâti : les fortifications de Mont-Dauphin, imaginées par Vauban et classées au patrimoine mondial de l'UNESCO. Ou l'incontournable village typique de **Saint-Véran**, classé parmi les plus beaux villages de France (et plus haute commune d'Europe). Les week-ends d'été, Saint-Véran fait partie des sites du Queyras soumis à des pics de fréquentation. Idem pour le **col Agnel** et le **col de l'Izoard**, le **lac Souliers** à Arvieux, et les **lacs Egorgéou** et **Foréant** à Abriès-Ristolas.

Workshop presse le 25/05 pour sensibiliser sur la manière de visiter nos « hot spots » ou pour orienter les médias sur les alternatives existantes



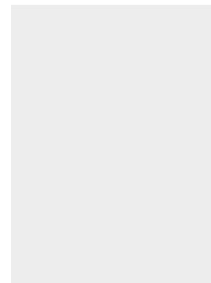
Le sentier « Autour du Bric Bouchet »

Adossé à la frontière italienne, le charmant village d'Abriès abrite des kilomètres de sentiers balisés qui sauront séduire les amateurs de VTT ou de randonnée. Avec des terres qui s'étendent sur 160km² et s'étirant à plus de 3000m d'altitude, préparez-vous à en prendre plein la vue ! Avis aux amoureux des randonnées sportives et des paysages de montagne : le sentier Autour du Bric Bouchet est fait pour vous. Pour ce circuit de 18,2km et 1288m de dénivelé, prévoyez environ 6h30 de marche. Entre sommets mythiques, mélèzes et lacs de montagne, l'émerveillement est garanti. Sur votre chemin, vous aurez peut-être la chance de croiser le Bouquetin des Alpes : vous pourriez aussi vous faire surprendre par la "nebbia" : une mer de nuages qui monte d'Italie et s'accroche aux reliefs frontaliers. Après l'effort, le réconfort : offrez-vous une halte gourmande au refuge italien du Lago Verde pour déguster quelques fameuses pâtes italiennes.



Le sentier du Pré-Michel

Adossé à la frontière italienne, le charmant village d'Abriès abrite des kilomètres de sentiers balisés qui sauront séduire les amateurs de VTT ou de randonnée. Avec des terres qui s'étendent sur 160km² et s'étirant à plus de 3000m d'altitude, préparez-vous à en prendre plein la vue ! Avis aux amoureux des randonnées sportives et des paysages de montagne : le sentier Autour du Bric Bouchet est fait pour vous. Pour ce circuit de 18,2km et 1288m de dénivelé, prévoyez environ 6h30 de marche. Entre sommets mythiques, mélèzes et lacs de montagne, l'émerveillement est garanti. Sur votre chemin, vous aurez peut-être la chance de croiser le Bouquetin des Alpes ; vous pourriez aussi vous faire surprendre par la "nebbia" : une mer de nuages qui monte d'Italie et s'accroche aux reliefs frontaliers. Après l'effort, le réconfort : offrez-vous une halte gourmande au refuge italien du Lago Verde pour déguster quelques fameuses pâtes italiennes.



La Crête de Curlet à Saint-Véran

L'itinéraire qui rejoint la Crête de Curlet à Saint-Véran est sans aucun doute la randonnée préférée des habitants du coin. Ses multiples points de vue sur les vallées et sommets alentours valent le détour. Le belvédère de la croix de Curlet surplombant Saint-Véran constitue une première mise en jambe. Les plus courageux poursuivront leur chemin pour découvrir le magnifique belvédère sur le village de Saint-Véran et la vallée de l'Aigue Blanche. Rejoignez ensuite la croix de Curlet puis le pic de Cascavelier en passant par le pont du moulin puis les cabanes de Lamaron. Une balade de 4h, sur une boucle de 7,4km et près de 700m de dénivelé, qui séduira les amateurs de randonnées.



Le Sentier des Astragales

Cap sur le sentier des Astragales qui parcourt un versant incliné tel un capteur solaire pour une découverte botanique d'exception. Ici les hivers courts et l'été très chaud favorisent la vie de plantes et d'animaux supportant la sécheresse. Une boucle facile de moins de 2km à parcourir en tout début d'été vous emmènera à la découverte de l'Astragale queue-de-renard, plante rare et protégée des milieux chauds et secs. Vous trouverez également sur votre chemin un petit plateau de pins sylvestres. Et en bonus, une belle vue sur le village de Château-Ville-Vieille et la vallée du Guil vous attend !

NOS LEVIERS D'ACTION

CAP SUR LES CLASSES DE DECOUVERTE

Audience-cible: Enseignants du primaire + Resp. éducation dans les mairies.

Zone géographique: Région Sud + AURA (démarche ambassadeurs + proximité).

- Des contenus « expert » pour se positionner sur le marché des classes de découverte comme un acteur fort et durable,
- Des contenus « expérientiels » pour faire vivre une classe de découverte en immersion,
- Des contenus « séduction » pour déclencher l'envie de programmer un séjour en Provence-Alpes-Côte d'Azur

EXPERT

- Livre blanc
- Campagne professeur Phyfix
- Campagne emailing
- Campagne Facebook et Instagram

EXPÉRIENCIEL

- Mini-série chaîne YouTube: 3 reportages 3 minutes
- Sponsorisation YouTube
- Campagne Facebook et Instagram

SÉDUCTION

- Spot vidéo 15 secondes
- Campagne pré-roll YouTube
- Campagne Facebook et Instagram



#RDVDUCRT

AVANT DE PARTIR...



**PROVENCE
TOURISME**



DONNEZ VOTRE AVIS !



Rendez-vous du CRT n°3 / 2022 - Gestion des flux : quelles solutions pour mieux répartir les visiteurs ?

Merci de prendre quelques minutes pour remplir ce questionnaire et nous aider ainsi mieux répondre à vos attentes.

bit.ly/rdvcrt3_2022

PROCHAINS RENDEZ-VOUS DU CRT

QUOI DE NEUF CHEZ GOOGLE POUR LES ACTEURS DU TOURISME ?



DATES ET LIEUX

- **Mardi 20 septembre de 14 à 17h**
The Originals Hôtel Le Cap
Aéroport Gap Tallard
6 Rue Charles Nungesser
Tallard (05)
- **Mercredi 21 septembre de 9h30 à 12h30**
Kedge Business School Avignon
Allee des Fenaisons
Avignon (84)
- **Jeudi 22 septembre 9h30 à 12h30**
Mas de Escaravatiers
514 Chemin de Saint-Tropez
Puget-sur-Argens (83)

