

**SAVOIE  
MONT  
BLANC**  
L'AGENCE



- Synthèse -



CONTOURS - 110, Boulevard Jean Jaurès - 92100 BOULOGNE BILLANCOURT  
Tél. 01.42.88.44.29 - Fax. 01.42.88.97.00 - [www.contours-conseil.com](http://www.contours-conseil.com)

## Focus Groups

*Balade et  
Randonnée  
pédestre en  
Savoie Mont Blanc*

*Du 17 mars au 1<sup>er</sup> avril 2021*

### Contacts :

François Poursain

[f.poursain@contours-conseil.com](mailto:f.poursain@contours-conseil.com)

Benoît Godbille

[b.godbille@contours-conseil.com](mailto:b.godbille@contours-conseil.com)

Juliette Reverdy

[j.reverdy@contours-conseil.com](mailto:j.reverdy@contours-conseil.com)

## SOMMAIRE

1. Contexte
2. Imaginaire autour de la montagne et la randonnée
3. Pratique de la balade et de la randonnée
4. Présentation d'offres de balades/randonnées
5. En synthèse





## 1. RAPPEL DU CONTEXTE

- ✓ **Une érosion de la fréquentation touristique estivale** depuis 2003 en Savoie Mont Blanc, malgré une stabilisation ces 4 dernières années.
- ✓ **La balade et la randonnée pédestre constituent les premières activités pratiquées** sur le territoire, et c'est prioritairement sur ces activités qu'il faut agir pour redynamiser la fréquentation touristique estivale.
- ✓ Les premiers travaux entrepris par l'ASMB et ses partenaires ont permis de formuler un certain nombre de **préconisations visant à structurer l'offre, et la décliner par cibles de clientèles prioritaires.**
- ✓ Afin d'affiner le travail amorcé ces dernières années sur le sujet, l'ASMB a décidé de mener **une étude qualitative auprès de ces segments de clientèles prioritaires**, et plus précisément : la clientèle d'Ile de France, la clientèle de proximité, et la clientèle locale.



# 1. MÉTHODOLOGIE

Six focus groups ont été organisés au total :

⇒ Recrutement des participants via un **access panel**

⇒ **Des critères de recrutements** appliqués pour assurer une diversité de profils dans le recrutement des participants : des jeunes (moins de 25-30 ans), des chefs de famille avec enfants, des séniors.

⇒ **6 à 7 participants** pour chaque focus. **2 focus groups par segment de clientèle prioritaire** (résidents IDF / Proximité hors SMB / résidents SMB), avec pour chaque segment :

- 1 focus group réunissant des pratiquants occasionnels (1 à 2 séjours ces 5 derniers étés) à fréquents (3 à 5 séjours à la montagne ces 5 derniers étés),
- 1 focus group réunissant des non pratiquants et des occasionnels.

⇒ Animation en distanciel des focus (par visio), en mode synchrone, via une application dédiée à cet usage.



## 1. OBJECTIFS ET ENJEUX

Les objectifs et enjeux relatifs à l'organisation de ces focus groups :

- ⇒ **Mieux cerner le niveau de connaissance et la perception de l'activité** randonnée/balade en montagne de la part des clients et clients potentiels.
- ⇒ **Comprendre les attentes** de la clientèle et clientèle potentielle en matière d'offre de randonnée/balade.
- ⇒ **Proposer une structuration de l'offre rando/balade adaptée** aux attentes de chaque cible de clientèle, en particulier à la clientèle occasionnelle ou non pratiquante.
- ⇒ **Identifier les contenus à mettre en avant et les outils d'aide au choix.**

Pour au final ... Fidéliser les clientèles actuelles, et  
Séduire de nouvelles clientèles





## 1. PROFILS DES PARTICIPANTS

Tranches d'âge	TOTAL	Fréquents			Occasionnels			Non-pratiquants		
		IDF	PROX.	SMB	IDF	PROX.	SMB	IDF	PROX.	SMB
18-34 ans	10	1	1	1	2	1	2	1	1	0
35-44 ans	10	0	0	2	1	2	1	2	2	0
45-54 ans	8	2	2	0	0	1	2	1	0	0
55-65 ans	10	2	2	2	1	1	1	0	0	1
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>1</b>

Activité	TOTAL	Fréquents			Occasionnels			Non-pratiquants		
		IDF	PROX.	SMB	IDF	PROX.	SMB	IDF	PROX.	SMB
Etudiant(e)	6	1	0	0	2	0	1	1	1	0
Demandeur d'emploi	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Emploi salarié	25	4	3	2	2	4	4	3	2	1
Retraité	6	0	2	2	0	1	1	0	0	0
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>1</b>

L'ensemble des tranches d'âges sont représentées de manière homogène. Le recrutement était volontairement axé sur de jeunes seniors, expliquant qu'aucun d'entre eux n'était âgé de +65 ans.

Une très grande majorité d'individus en activité, complétée à part égale d'étudiants et de retraités.

## 1. PROFILS DES PARTICIPANTS

Composition du foyer	TOTAL	Fréquents			Occasionnels			Non-pratiquants		
		IDF	PROX.	SMB	IDF	PROX.	SMB	IDF	PROX.	SMB
Célibataire	8	1	1	0	2	1	1	1	1	0
Couple	9	1	2	3	1	1	1	0	0	0
Famille	21	3	2	2	1	3	4	3	2	1
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>1</b>

Domicile	TOTAL	Fréquents			Occasionnels			Non-pratiquants		
		IDF	PROX.	SMB	IDF	PROX.	SMB	IDF	PROX.	SMB
Ile de France	13	5	-	-	4	-	-	4	-	-
Auvergne Rhône-Alpes	25	-	5	5	-	5	6	-	3	1
<i>Rhône</i>	5	-	2	-	-	2	-	-	1	-
<i>Isère</i>	6	-	2	-	-	2	-	-	2	-
<i>Ain</i>	1	-	0	-	-	1	-	-	0	-
<i>Savoie</i>	6	-	1	3	-	-	2	-	-	0
<i>Haute Savoie</i>	7	-	-	2	-	-	4	-	-	1
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>1</b>

Les participants vivant en famille apparaissent majoritaires ; l'ensemble des compositions de foyer est toutefois représenté. Comme convenu, les principaux marchés français émetteurs de clients pour SMB sont présents de manière homogène (locaux, proximité, Idf).

# 1. HABITUDES DE VACANCES L'ÉTÉ

Types de vacances	TOTAL	Fréquents			Occasionnels			Non-pratiquants		
		IDF	Proximité	Savoie Mont Blanc	IDF	Proximité	Savoie Mont Blanc	IDF	Proximité	Savoie Mont Blanc
Séjour Montagne	22	5	5	1	4	3	2	1	0	1
Séjour Mer	22	2	2	4	3	3	3	1	3	1
Séjours Campagne	5	0	0	0	1	1	2	1	0	0
Séjour Ville	3	0	0	1	0	0	1	0	1	0
Séjour Etranger	21	1	3	3	3	4	3	3	1	0
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>1</b>

**Les Fréquents** : priorité à la montagne pour leur séjour estival, avant tout en Savoie / Haute-Savoie, suivies des Pyrénées. Ils partent tous les ans, 1 à 2 semaines, en famille ou entre amis. A noter : une durée de séjour en montagne des clients de proximité plus courte que ceux d'IDF (max 1 semaine). Les locaux font exception, privilégiant d'autres types de séjours : Côte d'Azur, Corse, voire l'étranger : Italie / Espagne ; un comportement qui s'explique par l'accessibilité des massifs toute l'année.

**Les Occasionnels** : l'intérêt pour la Montagne est aussi élevé, en particulier chez les participants d'IDF, qui apprécient toutefois une palette plus large de types de séjours : moins de place à la routine et alternent l'étranger (avant tout dans les pays limitrophes), le balnéaire (Sud de la France et Bretagne), et la montagne (d'abord en Savoie). Les familles effectuent le plus souvent un séjour par an, 2 à 3 semaines, quand les célibataires et couples tendent à partir plus fréquemment dans l'été sur des durées plus courtes (incluant les ailes de saisons).

**Les Non-pratiquants** : l'IDF se tourne plus facilement vers des séjours à l'étranger quand ceux de « Proximité » et de « SMB » privilégient les destinations mer. Ils partent généralement une fois par an, pour des durées variables + quelques week-ends en France ou en Europe sur les ailes de saison.



## SOMMAIRE

1. Contexte
2. Imaginaire autour de la montagne et la randonnée
3. Pratique de la balade et de la randonnée
4. Présentation d'offres de balades/randonnées
5. En synthèse



## 2. IMAGINAIRE DES VACANCES À LA MONTAGNE L'ÉTÉ (1/3)



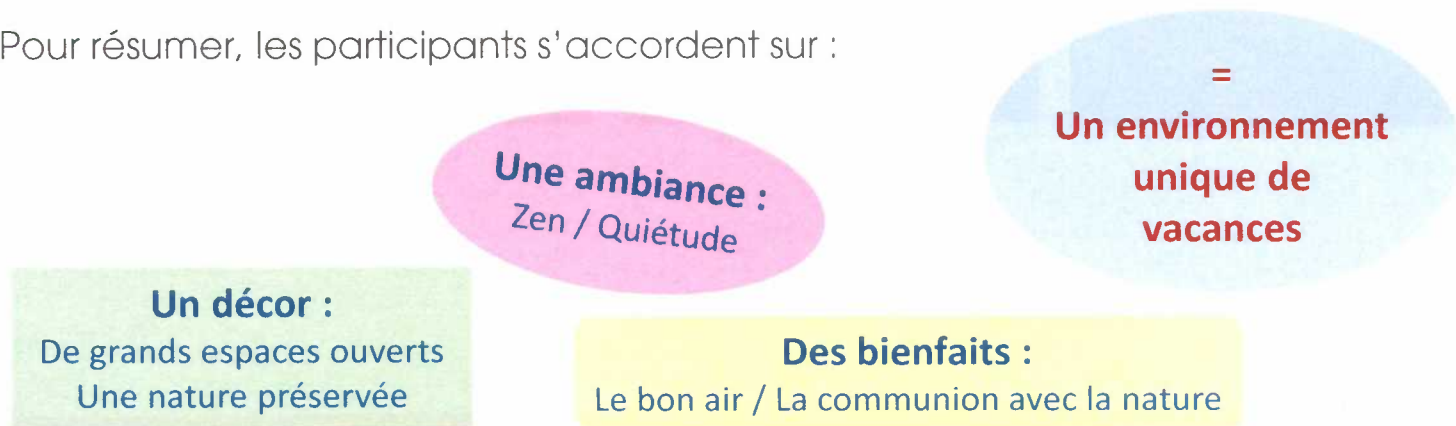
Images & Valeurs communes à l'ensemble des participants :

Quel que soit leur profil, les interrogés sont unanimes sur certaines valeurs qu'ils prêtent spontanément à la montagne :

1. La **détente**, l'**apaisement** et la **déconnexion**, liées au calme insufflé par un environnement **préservé**, **ouvert**, et offrant de **magnifiques paysages**.  
« (...) sa diversité des paysages, son relief hors du commun, sa grandeur... Rien n'est équivalent à la montagne. »
2. Ce cadre privilégié s'avère également propice à une certaine **communion avec la nature** ainsi qu'à une **oxygénation** des vacanciers, qui opposent souvent l'univers de la montagne à la pollution / chaleur des villes (voir des vallées pour les locaux) et la foule des plages de la côte d'Azur.



Pour résumer, les participants s'accordent sur :





## 2. IMAGINAIRE DES VACANCES À LA MONTAGNE L'ÉTÉ (2/3)

Enseignements spécifiques :



1. **Aucune valeur négative** : peut-être entraîné par la dynamique de groupe, il est tout de même intéressant de noter **qu'aucune valeur négative n'est associée spontanément à la montagne**. Sur l'ensemble des participants aux focus groups, seule 1 personne s'est montrée réfractaire à l'univers de la montagne : « *Je ne suis pas attirée par cet univers. Je m'ennuierai vite : un arbre, deux arbres ... Ok c'est beau, mais c'est bon, j'ai vu et puis après ...* »



2. **Quelques distinctions cependant en fonction de l'intensité de pratique** :

- ⇒ **Les non pratiquants/occasionnels** : associent plus systématiquement les vacances en montagne à la **pureté de l'air** : « *On fuit la pollution (...)* », ainsi qu'à **sa faune et sa flore**.
- ⇒ **Les réguliers/fréquents** : rapportent plus souvent l'univers de la montagne à un **sentiment de liberté et d'aventure** inspiré par **les grands espaces** qui s'offrent à eux.



3. **La baignade** : jamais citée par les non pratiquants/occasionnels, cette dimension ressort fréquemment chez les réguliers : « *on n'y pense pas, mais la montagne c'est aussi la possibilité de se baigner dans les petits lacs, les plans d'eau ... par exemple à la Plagne, il y a beaucoup d'activités nautiques* ».





## 2. IMAGINAIRE DES VACANCES À LA MONTAGNE L'ÉTÉ (3/3)



✓ Activités associées à la montagne l'été :

- **La marche** (balade et randonnée)
- **VTT / vélo**
- **Sports d'eau vive**
- **Escalade / alpinisme**
- Découverte de la faune et de la flore
- Parapente / deltaplane
- Accrobranche
- Luge d'été
- Cueillette
- Pêche...

La marche

Vélo  
VTT

Sports  
montagne

Sports d'eau

Enseignements spécifiques :

1. **Les marcheurs fréquents** associent à la montagne l'été des activités ayant **une dimension majoritairement sportive** (randonnée, VTT, escalade...).
2. On retrouve davantage (mais pas uniquement) d'**activités « contemplatives » et tranquilles** dans les activités citées par les **marcheurs occasionnels et les non-pratiquants**.

## 2. IMAGINAIRE DE LA BALADE / RANDONNÉE PÉDESTRE (1/3)

✓ Images & Valeurs associées à la balade / randonnée :

L'imaginaire et les valeurs associées à la balade/randonnée en montagne sont **assez distinctes en fonction de l'intensité de pratique** :

### 1. Les réguliers / fréquents :



⇒ La notion de **paix/tranquillité** à la fois d'esprit et d'environnement leur vient spontanément, et de façon quasiment unanime, bien qu'ils associent aussi cet univers à des moments de **convivialité/partages** avec leurs accompagnants ou d'autres randonneurs croisés sur le chemin.



⇒ **La dimension sportive et la notion de challenge** sont également fréquemment évoquées, mais se l'appliquant plutôt à eux-mêmes (« J'ai besoin des dénivelés de montagne pour prendre du plaisir »), car ce sont aussi **les seuls à mentionner spontanément que cette activité est accessible à tous**.



⇒ Ils sont peu nombreux à associer cette activité à un paysage particulier / à la recherche de points d'intérêts, mais mettent davantage en avant **le hasard d'une belle rencontre/d'une bonne surprise sur le parcours** (« la découverte en randonnée, c'est top, aucune montagne ne se ressemble »).

## 2. IMAGINAIRE DE LA BALADE / RANDONNÉE PÉDESTRE (2/3)

✓ Images & Valeurs associées à la balade / randonnée :

### 2. Les occasionnels / non pratiquants:



⇒ La valeur commune qui ressort la plus fréquemment concerne **les bienfaits de cette activité pour la santé** (« permet de se ré-oxygéner, à son rythme », « bon pour le cardio », « bien pour le cœur », « le corps dynamique », « bonne fatigue », « bouger, c'est important pour la santé »), qui se démarque des valeurs plus sportives recherchées par les pratiquants fréquents. La **notion de challenge** reste toutefois assez prégnante aussi pour ces segments de clientèle (« à son rythme, il faut tenir sur la durée », « content de l'avoir fait », « fierté d'arriver en haut »).



⇒ **Les paysages et la recherche de points d'intérêts** constituent également des éléments clés de l'univers associé à la randonnée (« variété des paysages », « rencontre avec les animaux », « architecture d'un barrage, une croix en altitude, trouver quelque chose de sympa à voir, surtout pour les ados »).



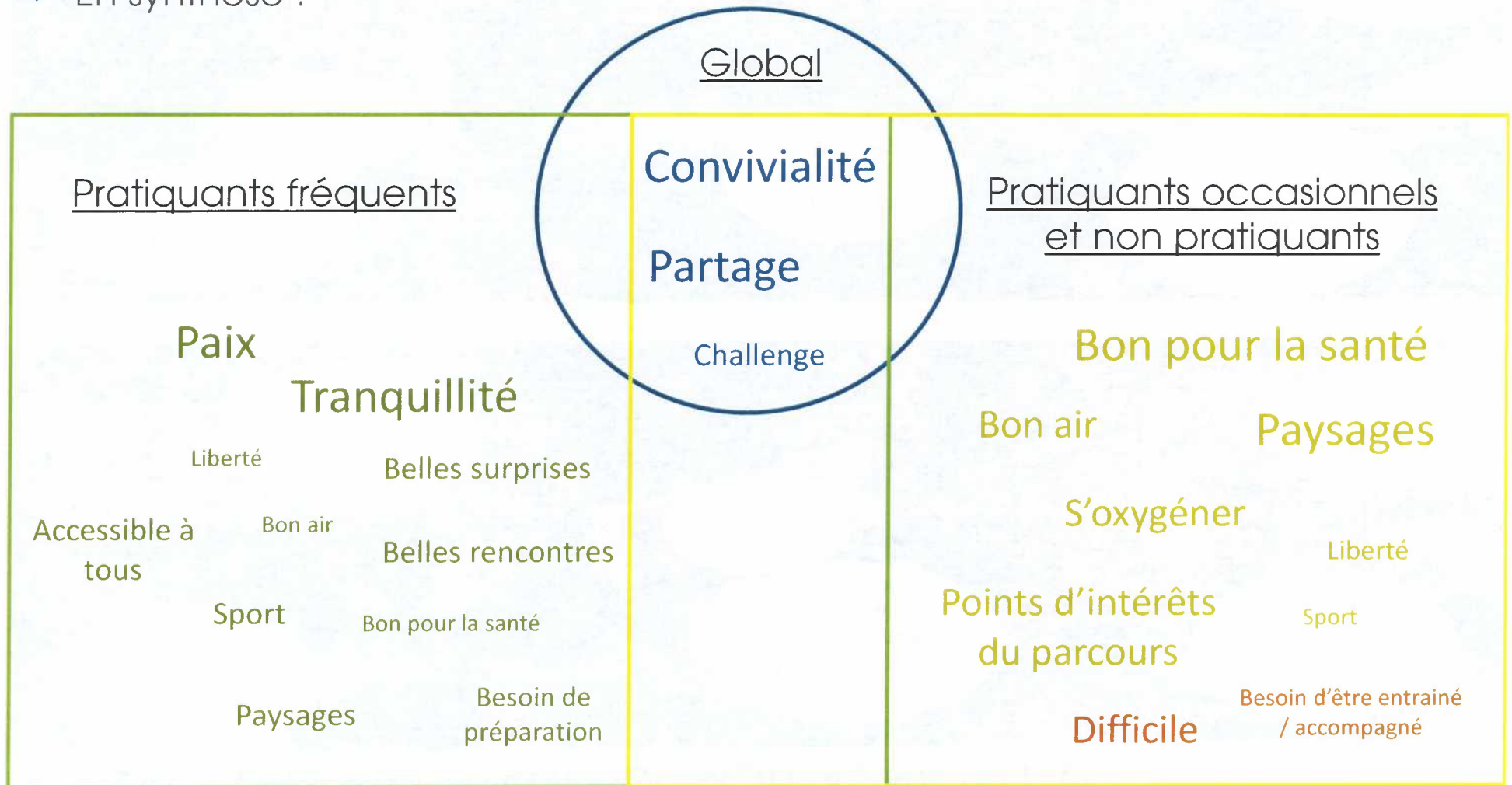
⇒ La **notion de convivialité et de partage** pendant les randonnées sont souvent évoqués.

⇒ Enfin, **la difficulté comme frein à la pratique** en montagne a été évoquée à 3 reprises (« la montagne c'est plus exigeant, on ne peut pas pratiquer si l'on ne s'est pas entraîné avant. Il faut avoir un guide et être équipé »).



## 2. IMAGINAIRE DE LA BALADE / RANDONNÉE PÉDESTRE (3/3)

✓ En synthèse :



## 2. RÉACTIONS AUX IMAGES DE MONTAGNE TESTÉES



Pointe d'Angolon et vue sur aiguille de Nyron

Dent du Villard et dolines de gypse Courchevel

Randonnée au Grand-Bornand



Panorama sur le lac du Bourget

Les Annees, massif des Aravis

Rando vers le refuge Albert 1<sup>er</sup>, glacier du Tour et Mont Blanc

Les **marcheurs fréquents** semblent davantage attirés par les photos montrant des chemins de randonnée sur des lignes de crête, avec des vues plongeantes (photos 1, 2, 6). Les **occasionnels** sont davantage séduits par les photos montrant des chemins de rando moins escarpés, avec des enfants, cela les rassure (photos 3 et 5). Tous aiment beaucoup la photo en surplomb du lac du Bourget.



## SOMMAIRE

1. Contexte
2. Imaginaire autour de la montagne et la randonnée
3. Pratique de la balade et de la randonnée
4. Présentation d'offres de balades/randonnées
5. En synthèse





### 3. PRATIQUE DE LA BALADE ET DE LA RANDONNÉE PÉDESTRE



#### ✓ Habitudes de pratique en montagne

La **randonnée familiale à la journée**, comptant 3 à 8h de marche et comprenant une pause déjeuner sur un point haut ou auprès d'un lieu d'intérêt, représente la formule la plus plébiscitée par les participants, **quel que soit leur profil**.

Les « **occasionnels** » la pratiquent plusieurs fois par mois. Les « **fréquents** » se distinguent en partie par :

- Une **pratique quasi-quotidienne de la marche** (les week-ends et pendant les vacances) parfois en solitaire
- L'organisation, à l'avance, de **randonnées itinérantes** sur 2 à 3 jours en sorties annuelles ou trimestrielles, seuls ou entre amis

Tous choisissent le plus souvent la Savoie & Haute-Savoie comme terrain de jeu, puis l'Isère.

#### ✓ Thèmes de balades/randonnées

La plupart des participants ne recherchent pas spécifiquement de marches à thèmes. Ils manifestent cependant un certain intérêt envers la **nature, la faune & flore**, et des **sites authentiques** locaux (église, bergerie...). Les « **fréquents** » apprécieront les **randonnées sportives**, quand les « **occasionnels** » préféreront les randonnées-balades auprès de **points d'eau** (lacs, cascades...).

### 3. PRATIQUE DE LA BALADE ET DE LA RANDONNÉE PÉDESTRE



#### ✓ Freins à la pratique

- La **météo**
- **L'organisation et l'encadrement** nécessaires, surtout en présence d'enfants
- La sur-fréquentation de certains itinéraires
- Le temps de trajet pour rejoindre les parcours
- Le manque d'intérêt / la préférence pour la mer
- La condition physique : maladie / blessure / vertige
- Les difficultés de stationnement



#### Enseignements spécifiques

- **Les marcheurs « fréquents »** se montreront sensibles aux freins **contextuels** (météo, affluence ou non sur les routes et sentiers).
- **Les « occasionnels »** avanceront davantage des **freins organisationnels** plus lourds liés à leurs enfants ou à leur crainte de se lancer sans encadrement.
- **Les « non-pratiquants »** mettent davantage en avant des freins liés à **leur condition physique ou un désintérêt pour cette pratique.**

### 3. FOCUS SUR LES DIFFÉRENTS TYPES DE RANDONNÉE



#### ✓ Randonnée accompagnée

**Quelque soit leur profil**, les marcheurs voient avant tout en l'accompagnateur **un garant** du bon déroulé de la randonnée en termes d'**organisation** et de **sécurité** (aucun risque de se perdre), et la possibilité d'apprendre **quelques anecdotes sur le parcours**.

Les « **occasionnels** » expriment une certaine **inquiétude quant au rythme de marche** adopté par le guide et le groupe : il s'agit de rassurer sur l'adaptation de celui-ci et sa capacité à instiller une bonne cohésion de groupe.

Au global, la prestation est estimée à env. **50€-70€ / pax** pour 2-3h en petit groupe. Pour les rares participants à avoir tenté l'expérience, **Internet et l'OT** sont consultés à niveau égal pour obtenir des informations.



#### ✓ Randonnée itinérante

Si cette discipline est jugée **complexe pour les familles** et **inconfortable** (transport des sacs et couchage), elle peut séduire par ses promesses d'**aventure**, de **challenge sportif**, et de moments de **convivialité** avec les proches. Une partie des « **fréquents** » pratiquent l'itinérance, plutôt sur des **GR** et de préférence des **circuits en boucle**.



#### ✓ Trail

Les rares adeptes aiment l'**adrénaline** procurée, mais le trail est perçu comme **très difficile, trop exigeant pour y prendre du plaisir**.



### 3. FOCUS SUR LES DIFFÉRENTS TYPES DE RANDONNÉE



Enseignements spécifiques :

✓ Deux freins majeurs à la pratique de la randonnée en itinérance :

- Les enfants

**Quel que soit le profil des marcheurs**, l'organisation d'une randonnée en itinérance se complexifie lorsque celle-ci doit être pratiquée en famille ou lorsque les parents doivent préalablement chercher une solution de garde avant leur séjour en montagne

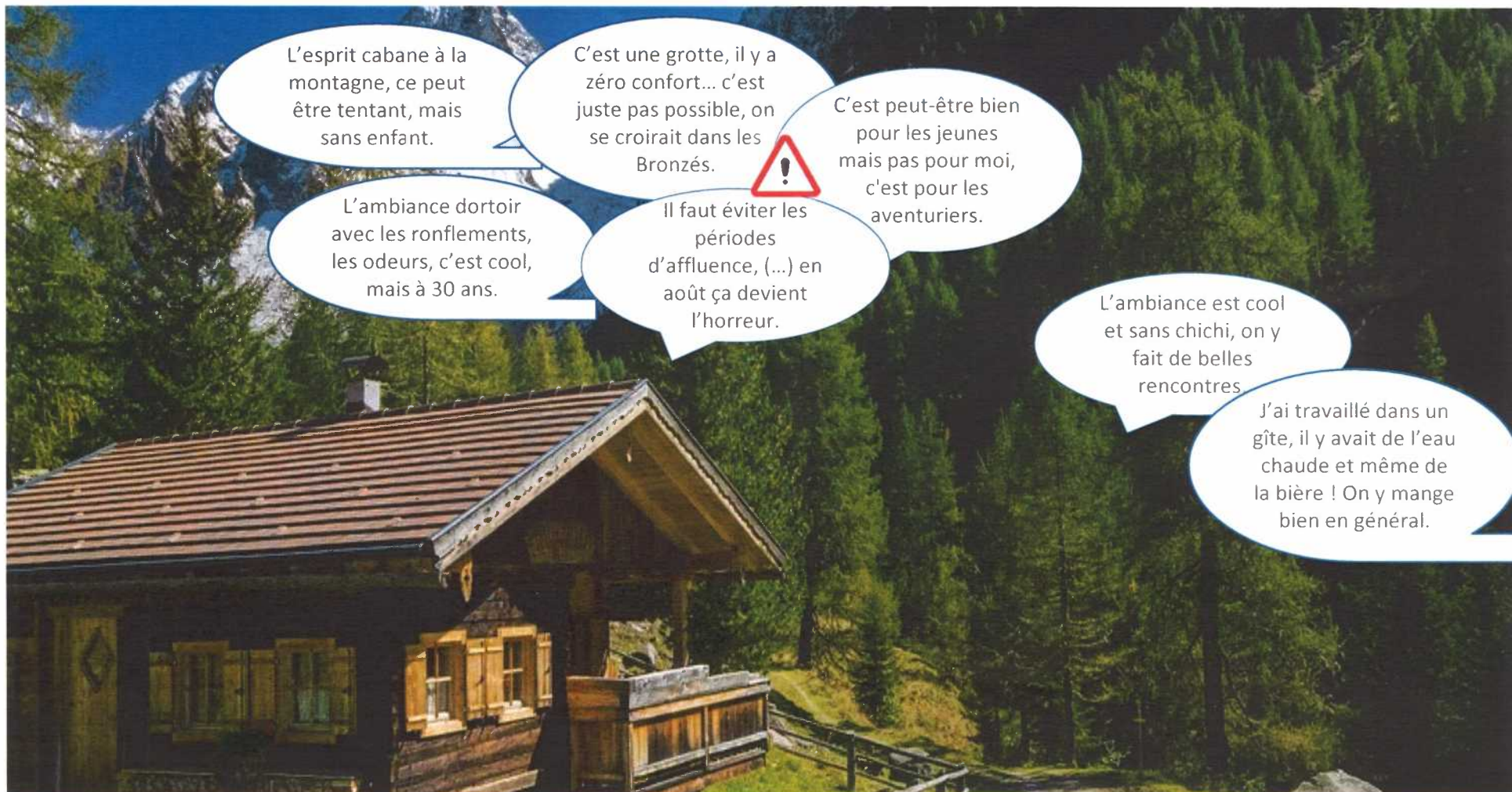
- Les sacs

La perspective de porter de lourds chargements suffit à décourager les « **occasionnels** ». Certains se laisseraient convaincre si un pack de matériel (à louer) pouvait les attendre à chaque étape du parcours.



✓ Dans une moindre mesure, l'éloignement / l'isolement ressenti par certains individus en montagne suffit à les angoisser et les dissuader d'une telle pratique.

### 3. FOCUS SUR L'IMAGE DU REFUGE DE MONTAGNE



Le refuge de montagne souffre d'une **réputation d'inconfort et de promiscuité** (ronflements, odeurs de sueur, manque d'eau chaude...), à **nuancer pour les connaisseurs** dont certains distinguent les refuges « myrtilles » (offre de restauration, convivialité) des refuges « de haute montagne » (randonneurs aguerris, confort plus sommaire), ainsi que les refuges du CAF / gardés, des refuges non-gardés. Ce confort relatif inspire néanmoins une image d'**authenticité**, un **esprit « cabane »** qui **change du quotidien**, et une **ambiance chaleureuse** notamment autour des plats proposés souvent bien jugés.



### 3. PROCESSUS DE CHOIX D'UN ITINÉRAIRE DE RANDONNÉE



✓ **La destination prime sur l'offre de randonnées**, dans la grande majorité des cas (sauf grande randonnée sur plusieurs jours).

✓ Principaux critères de choix et infos recherchées pour une balade ou rando => **peu de différences entre occasionnels et réguliers** :



➤ **Le niveau de difficulté** : durée, dénivelé, distance

➤ **La météo**

➤ Le profil des personnes **accompagnantes** (bons marcheurs ou non, enfants...)

➤ La présence de **points d'intérêt** sur le parcours (animaux, cascades, lacs...), surtout pour les occasionnels

➤ L'**accessibilité** en voiture

➤ Certaines personnes indiquent pouvoir se décider sur un simple visuel, comme une **belle photo**

Enseignements spécifiques :

**Les marcheurs « aguerris » :**

➤ Préfèrent les itinéraires en boucle

➤ Recherchent des informations fiables sur les étapes des randonnées en itinérance

➤ Recherchent des informations sur les refuges





### 3. PROCESSUS DE CHOIX D'UN ITINÉRAIRE DE RANDONNÉE



✓ Moment de la prise de décision :

- **Au dernier moment** (la veille ou quelques jours avant) pour les randonnées **à la journée ou demi-journée** (en raison de la météo).
- **Plus longtemps à l'avance** (jusqu'à plusieurs mois) **pour les grosses randonnées** sur plusieurs jours, surtout lorsqu'il y a des nuits en refuge à prévoir.



✓ Les canaux d'information => **peu de différences entre occasionnels et réguliers** :

- **Internet** : Google, Visio Rando...
- Les **conseils** d'amis, de la famille, bouche à oreille
- Guides papier (routard...), topoguides
- OT (une fois sur place)



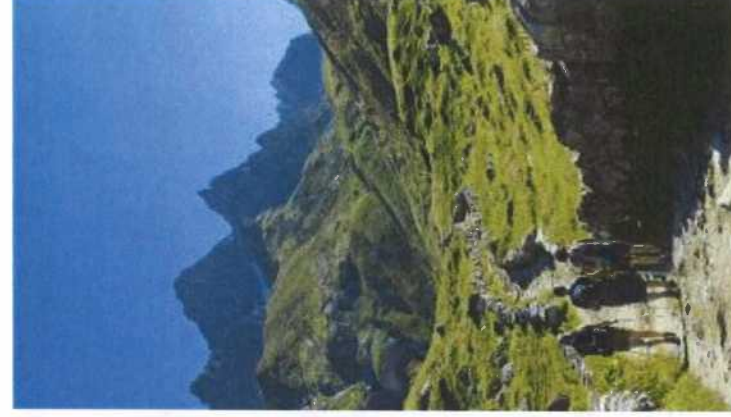
Enseignements spécifiques :

**Les marcheurs réguliers** utilisent aussi d'autres canaux d'information :

- Des forums spécialisés et groupes Facebook affinitaires
- Des cartes IGN

## SOMMAIRE

1. Contexte
2. Imaginaire autour de la montagne et la randonnée
3. Pratique de la balade et de la randonnée
4. Présentation d'offres de balades/randonnées
5. En synthèse



## 4. ATTENTES EN TERME D'INFORMATIONS

Les attentes en matière d'informations diffèrent peu entre occasionnels et réguliers. Elles sont un peu plus spécifiques pour les familles avec enfants.



✓ Les informations manquantes et difficiles à trouver :

- **L'accessibilité en transport, la mobilité** (navettes, horaires des lignes de bus...)
- La localisation précise des **points de départ**
- Une description fiable et réaliste du niveau de difficulté de la balade/rando (écarts parfois constaté entre le descriptif et la réalité du terrain)
- L'accessibilité pour les enfants en bas âge (chemin carrossable pour poussettes par exemple)
- La dimension ludique d'une randonnée/balade (pour les enfants)
- Les informations sur les refuges : contact, horaires, disponibilités... (**pratiquants réguliers**)
- Même si ce n'est pas une information qui se trouve en amont, plusieurs participants ont signalé le fait que le balisage sur les parcours n'est pas toujours lisible.



## 4. ATTENTES EN TERME D'INFORMATIONS ET SERVICES

Les attentes en matière de services diffèrent peu entre occasionnels et réguliers.



✓ Les services à faire figurer dans le descriptif d'une rando/balade en montagne :

- **Les points d'eau potable** sur le parcours
- **La présence d'un parking ou possibilité de stationnement**
- Les services en lien avec le téléphone portable : couverture réseau (dans l'optique de rassurer) et possibilité de recharger son téléphone
- La présence de points de restauration sur le parcours
- Les passages difficiles ou techniques
- La difficulté globale de l'itinéraire (dénivelé, durée, distance, adapté ou non aux enfants)
- L'accessibilité, la mobilité (navettes, horaires...)

## 4. PRÉSENTATION DE L'OFFRE : ATTENTES (EN SPONTANÉ)

- ✓ Spontanément, les attentes vis-à-vis de la présentation d'une offre de rando/balade sont les suivantes (**peu de différences entre non pratiquants, occasionnels et réguliers, sauf indication**) :

- **Importance des visuels** (photos, vidéos), pour :
  - Donner envie, s'émerveiller : beaux paysages, principaux points d'intérêt du parcours (lac, cascade, panorama, animaux...)
  - Se projeter, avoir une idée + précise du parcours : petite vidéo montrant une « journée-type » sur cet itinéraire, en fonction du profil (une famille et des enfants, des seniors, des sportifs...)
- Présentation **d'informations clés et chiffrées** sur l'itinéraire : durée, distance, dénivelé
- **Filtres permettant de « rétrécir », d'affiner la proposition** :
  - Petit questionnaire préalable qui débouche sur une offre de rando correspondante
  - Présentation selon une typologie par profils : famille / sportifs / seniors / aguerris...
  - Présentation selon une typologie par activité : découverte / ludique / effort / durée...
- Belle carte lisible détaillant l'itinéraire / les différents itinéraires, avec localisation des principaux points d'intérêt et des refuges (**pratiquants fréquents, aguerris**)
- Indications sur les éventuels dangers, les passages difficiles, les équipements recommandés
- Vulgarisation de cette activité, présentation de l'offre de manière à montrer que la rando/balade en montagne est une activité accessible à tous (**non pratiquants ou occasionnels**)



## 4. PRÉSENTATION DE L'OFFRE : SELON LES BÉNÉFICES

- ✓ Rappel de la proposition présentée aux participants :

Contempler,  
s'émerveiller



Lac Blanc près du refuge de Pecllet-Polset Pralognan-la-Vanoise - Parc National de la Vanoise

Se dépasser, progresser,  
explorer ses limites



Sortie trail

Se ressourcer, déconnecter,  
se (re)connecter à la nature



Yoga au lac de Roselette Les Contamines-Montjoie

Découvrir, explorer,  
apprendre, s'initier



Lecture carte de randonnée avec un Accompagnateur en montagne

Rencontrer, partager,  
échanger



Rencontre avec un producteur de Beaufort

Vivre une aventure



Bivouac face au Mont Blanc

S'amuser, se détendre,  
découvrir plein d'activités



Sortie famille ludique au cirque du Fer à Cheval

Préserver, protéger,  
s'engager



Lever de soleil sur le lac de Peyre, Aravis



## 4. PRÉSENTATION DE L'OFFRE : SELON LES BÉNÉFICES

Les avis positifs et négatifs sont assez équilibrés



- ✓ Présentation dans laquelle tout le monde peut s'y retrouver en fonction de ses envies, il y en a pour tous les goûts.
- ✓ Présentation bien adaptée pour les non pratiquants ou les novices, car permet de montrer que la randonnée en montagne est accessible et les bénéfices sont « parlants » pour les citadins.
- ✓ Présentation originale et ludique, qui interpelle.
- ✓ Présentation en accord avec l'idée de déconnexion liée à la montagne.



- ✓ Présentation déroutante et troublante :
  - les bénéfices ne sont pas spécialement en lien avec la montagne et pourraient s'appliquer à d'autres environnements
  - Donne l'impression qu'il s'agit uniquement de prestations encadrées ou payantes
- ✓ Présentation trop vague et trop segmentante : les bienfaits de la montagne sont trop scindés, on peut avoir envie de se ressourcer mais aussi de contempler... **(réguliers/fréquents)**
- ✓ Présentation qui s'adresse à trop de monde, qui ne respecte pas les valeurs de la montagne (« ça fait un peu parc d'attraction »)



## 4. PRÉSENTATION DE L'OFFRE : SELON LES THÉMATIQUES

✓ Rappel de la proposition présentée aux participants :

Culture, patrimoine et traditions locales




Les Forts de l'Esseillon, Aussois

Terroir, savoir-faire, gastronomie



Dégustation de Tome des Bauges AOP

Observation faune/flore, protection environnement



Bouquetin

Paysages superbes et nature grandiose



Ludique (jeux de piste, contes et légendes, animaux, multi activités)



Randonnée avec des ânes vers le refuge de Bostan Samöens

Sport et adrénaline, sommets mythiques, courses en montagne




Détente et déconnexion (méditation, ciel étoilé, refuge...)



Lac Gulchard et Aiguilles d'Arves

Boucles et traversées emblématiques ou hors des sentiers battus



Etape au refuge de l'Arpont à Termignon



## 4. PRÉSENTATION DE L'OFFRE : SELON LES THÉMATIQUES

Les avis positifs sont très majoritaires




- ✓ Présentation plus claire et plus précise que par bénéfices, qui permet de mieux comprendre la nature de chaque offre et de mieux cibler ses choix.
- ✓ Présentation plus en rapport avec la montagne et la randonnée, permet de mieux se projeter.
- ✓ Présentation qui semble mieux adaptée pour certaines cibles de clientèles, notamment les familles avec enfants.
- ✓ Présentation plus détaillée que par bénéfices, qui offre un large choix de thématiques.




- ✓ Présentation moins dépaysante que par bénéfices, dans laquelle on retrouve moins l'idée de déconnexion.
- ✓ Présentation qui interpelle moins que par bénéfices, moins originale.

## 4. EVALUATION DE LA DIFFICULTÉ : EN SPONTANÉ

- ✓ Principaux critères d'évaluation du niveau de difficulté des randonnées / balades :

- 
- Le **dénivelé**
  - La **durée**
  - Le **profil** et la **technicité** (présence de passages techniques ou vertigineux)
  - L'état du terrain et l'équipement requis (en particulier **pour les fréquents**)
  - La distance, en particulier **pour les occasionnels** (la distance seule n'a cependant pas trop de sens, elle doit être associée au dénivelé)

- ✓ Principales qualifications du « passage technique » :

- 
- Implique de l'**escalade** / Nécessite du **matériel spécifique** (mousquetons, crampons, ligne de vie)
  - **Passage abrupt, vertigineux**, qui peut inclure une passerelle en hauteur / un pont de singe, des à-pics (**indication importante pour les personnes sujettes au vertige**)
  - Dangereux, comprend des risques de chutes ou de se faire mal (abrupt, glissant...)
  - Exposé au soleil, peu ombragé

- ✓ Avis sur la « plus longue montée » :

- Indication jugée utile, notamment pour informer ses accompagnants, mais non-essentielle



## 4. EVALUATION DE LA DIFFICULTÉ : CLASSIFICATION PAR COULEURS

✓ Rappel de la proposition présentée aux participants :

### Niveau vert

Rando/balade facile, sans difficulté physique ni technique, de courte durée (2h max), adaptée aux débutants

*« Envie d'une balade tranquille ? Venez découvrir à votre rythme des sentiers sans difficultés et accessibles au plus grand nombre »*

### Niveau bleu

Rando/balade peu difficile, nécessitant un effort modéré, durée moyenne (1/2 journée ou petite journée avec pause), adaptée aux marcheurs intermédiaires

*« Envie d'une petite randonnée en immersion dans la nature ? L'effort reste modéré et vous permet de profiter pleinement de la beauté des paysages »*

### Niveau rouge

Randonnée assez difficile, nécessitant un effort soutenu sur une durée importante (à la journée) et comportant quelques passages techniques, adaptée aux personnes sportives ou ayant une bonne condition physique

*« Envie d'une belle journée de randonnée ? Vous êtes en pleine forme et n'avez pas peur de grimper. L'aventure et la déconnexion totale vous attendent »*

### Niveau noir

Randonnée très difficile, comportant des passages techniques difficiles, nécessitant une très bonne condition physique et une bonne connaissance de la montagne, réservée aux randonneurs avertis et sportifs


*« Envie d'atteindre les sommets ou de vous dépasser ? Vous êtes en très bonne condition physique, vous avez une solide expérience de la montagne et êtes à l'aise sur tous types de terrain »*

## 4. EVALUATION DE LA DIFFICULTÉ : CLASSIFICATION PAR COULEURS

✓ Retours des participants sur le code couleur :

- 
- **Clair** et **compréhensible de tous**
  - Associé aux niveaux des **pistes de ski**
  - Quelques individus connaissent l'existence du code FFR
  - Quelques doutes sur la signification exacte des niveaux « rouge » et « noir » (marginal)

✓ Retours des participants sur les descriptifs:

- 
- **Cohérent** et **clair**
  - Quelques suggestions pour retirer le terme « facile » du niveau vert et le remplacer par « peu difficile » ou « accessible » afin éviter les prises de risques d'un public non-averti (marginal)
  - A compléter par :
    - Le type de matériel requis (chaussures, eau, éventuel équipement technique...)
    - Une indication plus précise de la durée (en nb d'heures)
    - Un avertissement sur les conditions météorologiques très variables propres à la montagne et pouvant accroître la difficulté d'un parcours
    - L'existence ou non d'accès PMR ou poussette



## 4. EVALUATION DE LA DIFFICULTÉ : QUIZ AUTOÉVALUATION



### Une majorité de retours positifs (environ 2/3 des participants)

- ✓ Utile et intéressant, en particulier pour les randonneurs débutants ou occasionnels qui, grâce aux questions portant sur des situations de la vie courante, peuvent se projeter plus facilement
- ✓ Simple et rapide => en quelques clics, on peut avoir une évaluation de son niveau
- ✓ Ludique et amusant, humour décalé
- ✓ Rassurant (pour les débutants et ceux qui ne marchent pas souvent)



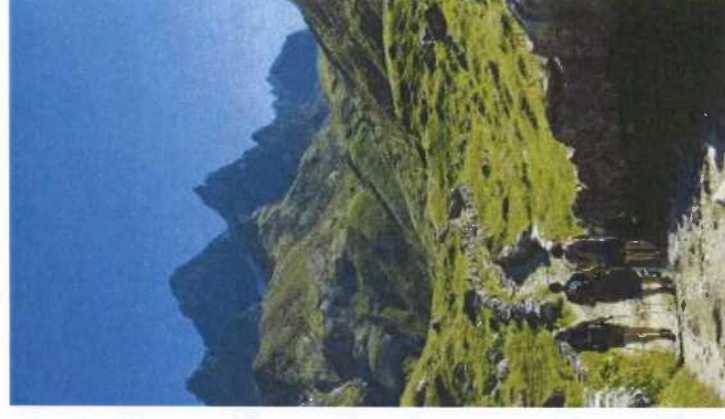
### Les principales critiques viennent surtout de pratiquants fréquents

- ✓ Le caractère trop vague et simpliste du quiz, qui ne permet pas d'avoir une réelle idée du niveau du randonneur :
  - Quasiment aucune question en rapport direct avec la randonnée
  - Aucun indicateur tangible de la difficulté (dénivelé, durée, passages techniques...)
- ✓ Le questionnaire ne tient pas compte d'éléments essentiels dans l'évaluation des capacités d'un randonneur : âge, état de santé, expérience/pratique de la marche...

Globalement, ce quiz semble pouvoir être utile avant tout aux personnes pratiquant peu ou pas la randonnée, un peu moins aux randonneurs réguliers, qui connaissent leur niveau et leurs capacités

## SOMMAIRE

1. Contexte
2. Imaginaire autour de la montagne et la randonnée
3. Pratique de la balade et de la randonnée
4. Présentation d'offres de balades/randonnées
5. En synthèse





## 5. EN SYNTHÈSE : LES POINTS CLÉS

- ✓ **Imaginaire autour de la montagne et de la randonnée :**
  - La montagne en été est spontanément associée **uniquement** à des valeurs et un imaginaire **positifs et bénéfiques** : un sentiment de déconnexion du quotidien et de bienfait pour le corps et l'esprit, dans un environnement naturel et grandiose.
  - Les activités associées à la montagne l'été sont avant tout des activités ayant une **dimension sportive ou à sensation**, la marche/randonnée arrivant nettement en tête des citations. Les **non pratiquants et marcheurs occasionnels** évoquent davantage des activités **plus contemplatives**.
  - Certaines valeurs sont unanimement associées à la randonnée pédestre en montagne, quel que soit le niveau de pratique de l'individu : les notions de **partage et de convivialité**. Par ailleurs, si les **pratiquants fréquents** mettent prioritairement en avant des valeurs telles que la **paix et la tranquillité**, les **non pratiquants et occasionnels** évoquent plutôt les **bienfaits de cette activité pour la santé**, ainsi que les **beau paysages et les points d'intérêt** (lacs, cascades...), tout en y associant une notion d'effort et de **difficulté** pouvant constituer un frein dans cette pratique.

## 5. EN SYNTHÈSE : LES POINTS CLÉS

### ✓ Pratique de la balade et de la randonnée :

- La randonnée à la journée ou demi-journée reste le **schéma très majoritaire**, aussi bien parmi les **marcheurs occasionnels** que les **marcheurs fréquents**, même si le rythme et le dénivelé peuvent fortement varier selon le profil.
- La **météo** représente le principal frein à la pratique, pour tous les profils. Les **marcheurs fréquents** évoquent par ailleurs surtout des freins « **contextuels** » (risque d'affluence sur la route ou sur les sentiers), alors que les **non pratiquants et occasionnels** mettent en avant des freins **organisationnels** (jeunes enfants, temps de trajet) ou une **condition physique** jugée insuffisante.
- Ce frein liée à la condition physique se retrouve aussi à l'évocation de l'accompagnateur en montagne, avec lequel les **non pratiquants ou marcheurs occasionnels** craignent de ne pas pouvoir suivre le rythme. Celui-ci est avant tout perçu comme le **garant d'une randonnée bien organisée et sécurisée**. La valeur ajoutée d'une thématique d'accompagnement n'est par ailleurs jamais évoquée spontanément.
- La randonnée en itinérance est **peu pratiquée par les familles**, qui en ont une vision **trop contraignante** pour être réalisée avec des enfants.



## 5. EN SYNTHÈSE : LES POINTS CLÉS

- ✓ **Processus de choix, infos recherchées, attentes en matière d'information et de services :**
  - Il y a **peu de différences** entre les **pratiquants occasionnels et pratiquants réguliers**, que ce soit au niveau du processus de choix d'un itinéraire de randonnée (infos recherchées, moment de prise de la décision, canaux d'information utilisés...) ou des attentes en matière d'information et de services.
  - Les quelques différences concernent surtout les **pratiquants aguerris**, dont la **pratique de l'itinérance et des treks sur plusieurs jours** nécessite des besoins spécifiques en matière d'information et de préparation.
  - Les **familles avec enfants** ont également **quelques attentes spécifiques** (accessibilité pour les jeunes enfants, difficulté de l'itinéraire, côté ludique, points d'intérêt...)

## 5. EN SYNTHÈSE : LES POINTS CLÉS

### ✓ Présentation de l'offre :

- En spontané, la mise en avant de **visuels de qualité** et l'indication de quelques **données chiffrées** « basiques » (durée, dénivelé, distance) apparaissent comme des éléments essentiels dans la manière de présenter les offres de rando/balade, aussi bien pour les **novices** que pour les **marcheurs aguerris**.
- Présentation par bénéfices => cette présentation suscite **des avis très partagés**, elle peut dérouter certaines personnes, peut sembler **trop vague voire segmentante**, n'est **pas en lien direct avec la montagne** et la randonnée, mais elle semble par ailleurs **plus à même de séduire une nouvelle clientèle**, justement par sa dimension qui dépasse le cadre pur de la montagne et de la randonnée.
- Présentation par thématiques => les **avis positifs** sont **quasi unanimes** sur cette présentation : clarté, lisibilité, large choix, respect de l'esprit rando/montagne...
- La présentation par bénéfices peut être une porte d'entrée intéressante pour décrire l'activité en général, et l'associer à promotion de la destination. La présentation par thématique semble en revanche plus claire / concrète dans une optique d'aide au choix d'un sentier de randonnée.



## 5. EN SYNTHÈSE : LES POINTS CLÉS

### ✓ Evaluation de la difficulté :

- En spontané, **dénivelé, durée et technicité** du parcours sont les éléments clés permettant aux pratiquants et non pratiquants d'évaluer la difficulté d'une randonnée. La **distance** est citée plutôt par les **non pratiquants et occasionnels**, mais souvent associée au dénivelé.
- Pour les personnes sujettes au vertige, l'**indication de passages vertigineux** ou d'à-pics est un élément essentiel.
- La classification de la difficulté par un code en 4 couleurs est jugée **très claire et lisible** par l'**ensemble des participants**, qui font quasiment tous le rapprochement avec le code couleur appliqué aux pistes de ski. C'est donc une classification très parlante, quel que soit le niveau de pratique.
- En revanche, si les textes décrivant le niveau correspondant à chaque couleur sont jugés plutôt clairs et cohérents, **certaines précisions mériteraient d'y être apportées**, notamment sur les équipements requis et des indications de durée plus précises.
- Le petit quiz d'autoévaluation a reçu un **accueil plutôt positif** (ludique, rapide à remplir), mais semble **utile essentiellement aux non pratiquants ou marcheurs occasionnels** plutôt qu'aux marcheurs réguliers.