



Compte rendu

Instants T – 6 février 2024

Un tourisme aux mobilités vertes

1/ Itinair'Bis : <https://www.itinairbis.com/>

« Eloge de la lenteur »

Albane de Maigret : Présidente, Responsable éditoriale, communication, commercialisation.

- Journaliste histoire et patrimoine, plume, conceptrice-rédactrice.
- Productrice et créatrice de la chaîne de podcasts Encre d'histoires.
- Organisatrice de voyages culturels.
- Chef de projet web

Laurent Chappey - Directeur général, Directeur artistique, gestion d'entreprise, commercialisation

- Ancien chef d'entreprise d'une agence de visibilité, merchandising & événementiel (leader sur son marché).
- Directeur artistique.
- Spécialiste communication et marketing.
- Illustrateur.

L'histoire a débuté lors du premier week-end de déconfinement, ils ont pris conscience que l'on n'a pas besoin d'aller au bout du monde pour s'émerveiller ! Qu'il faut prendre le temps de découvrir ou redécouvrir la richesse exceptionnelle du patrimoine français et d'aller à la rencontre des acteurs du tourisme local.

Il faut savoir que 80% des touristes sont présents sur 20% du territoire : provoquant la surconsommation, l'accumulation de déchets, la perte d'authenticité, de l'identité même des régions.

On ne peut pas tout optimiser et tout prévoir, il faut :

- Redonner des couleurs au terroir
- Valoriser les acteurs du territoire « Transformer les touristes en voyageurs »
- Partir à la découverte de « Nos petites routes qui valent le détour ».
- Désengorger les lieux trop touristiques.
- Renouer les liens sociaux
- Intégrer les mobilités douces

Cette appli contenant des podcasts, quizz et articles s'adresse aux institutionnels, socio/pro, et aux particuliers (50% ne peuvent partir en vacances) : on part près de chez soi sans dépenser pour voyager plus durablement.

Territoire pilote : L'OT du Pays de Grasse depuis le 4 mai 2023 : 25 à 30 utilisateurs uniques par jour et 2 500 écoutes.

Ils sont lauréats d'un AMI lancé par Atout France (Louvre Lens Vallée)

Projets :

- Une V2 est en cours avec notamment des notifications push lorsqu'un point d'intérêt apparaît
- Les Monuments nationaux sont intéressés et incubés par Paris and co (Paris Musée) tout comme St Paul de Vence pour son magazine touristique, Marseille...
- Ils sont candidats au trophée organisé par Tour'Mag



Échanges :

- **Avez-vous pensé aux utilisateurs des vans, à cet état d'esprit ? Le CRT Bretagne a lancé une campagne de communication intéressante « Partez touriste, revenez Bretons ».**

Oui le voyage est synonyme d'aventure, certaines fonctionnalités pratiques vont être intégrés. Le but de notre appli est aussi de proposer des balades toute l'année et pour tous.

- **Connaissez-vous la Start up Loopi ?**

La nôtre est vraiment basé sur la rédaction de contenus c'est un vrai carnet de route.

- **Votre appli ne se télécharge pas ?**

Non c'est un lien accessible sur les moteurs de recherche pour éviter une pollution numérique sur les téléphones portables.

- **Certains sites naturels sont devenus sensibles et moins accessibles, le prenez-vous en compte ?**

Oui tout à fait nous y faisons attention c'est pour cela que nous mettons en avant l'ensemble des richesses du patrimoine français qui passent aussi par le culturel, la gastronomie...

Ci-dessous un complément d'informations transmis par Itinair'Bis à la suite de l'atelier :

- **Comment une destination peut-elle trouver des circuits alternatifs ?**

- Valoriser les chemins de traverse

- Cultiver sa différence, sa singularité, notamment en racontant son histoire

- À la question « **Qu'est-ce que l'essentiel d'une expérience touristique ?** », nous répondons avec l'appui de citations parlantes :

- Les **rencontres** qui peuvent devenir le meilleur souvenir d'un voyage et la clé de la compréhension d'un territoire ainsi que l'affirmait Alexandra David-Néel (1968-1969) : « Voyager sans rencontrer l'autre, ce n'est pas voyager, c'est se déplacer ».

- **L'éveil des cinq sens.** « Pour bien aimer un pays, il faut le boire, le manger et l'entendre chanter », Michel Déon (1919-2016).

- **L'immersion dans la culture locale** par l'apprentissage de l'histoire et des spécificités du territoire (coutumes, gastronomie, architecture, nature...).

- La place de **l'imprévu** : « Un des grands malheurs de la vie moderne, c'est le manque d'imprévu, l'absence d'aventures », Théophile Gautier (1811-1872).

- Tous ces points ne nous semblent compatibles qu'avec le « prendre son temps » que nous prôtons et qui permet en se connectant avec la nature, la culture et les autres de se reconnecter avec soi-même. Un renouement avec la tradition du Grand Tour en vogue aux XVIII^e et XIX^e siècles.

2/ Kaouann Bretagne : <https://www.kaouann.fr/>

Damien nous présente Kaouann Bretagne, une agence créée par deux amis, lui-même et Martin (puis rejoint par Camille en 2021), passionnés de voyages et d'aventure et conquis par la Bretagne, l'agence vend du voyage à pied et à vélo. L'idée est de venir découvrir les joyaux de la Bretagne et surtout venir à la rencontre des locaux.

Créée en juillet 2019, la crise Covid est arrivée 1 an après, mais finalement cela a été comme un accélérateur pour développer leur activité. Travaillant dans le secteur du tourisme depuis des années,



notamment chez Terres d'Aventures, Damien a vu la demande de la clientèle changer et a senti qu'il y avait matière à valoriser ce beau territoire de façon douce et responsable.

Ici pas de performance sportive, on prend son temps, on va à la rencontre des acteurs locaux.

Tous les séjours sont accessibles à partir d'une gare : transfert de bagages. **Une remise tarifaire est effectuée pour ceux qui prennent le train.**

La clientèle est locale et principalement du grand ouest, les Rennais redécouvrent la Vallée de la Rance par exemple. Le bouche à oreille fonctionne très bien.

L'agence est labellisée Tourisme Equitable et a été récompensé par le prix de l'innovation aux 4^{ème} Trophée du Tourisme des Côtes d'Armor.

Pour construire un séjour : il faut une colonne vertébrale avec un itinéraire identifié (sentier ou voie verte) + chercher des hébergements avec une vraie offre de service (hébergement à la nuitée et ou stocker les vélos en sécurité avec borne de rechargement, être visible avec des panneaux) + recenser les points d'intérêts. Cela prend donc du temps et ensuite il y a la préparation du carnet de voyage.

150 voyages ont été vendus sur l'année 2023, avec un référent du début à la fin de l'aventure.

Zoom avec « La traversée moderne d'un grand pays » : il faut du temps pour créer un itinéraire, il faut prendre le voyage dans son intégralité : ce n'est pas que vendre des voyages à vélo.

L'agence a fait le choix de ne s'adresser qu'aux français, de ne pas travailler avec des TO étrangers, car le but est de garder ce contact client. C'est une micro-niche.

Échanges :

- Comment gérez-vous la fourniture des vélos ?

Nous avons notre propre parc de vélos avec location de 70 vélos. La livraison se fait aux alentours et on s'arrange à plusieurs autres loueurs pour les lieux plus lointains. La location est demandée à 50% pour des vélos classiques et 50% pour des vélos électriques.

- Pourquoi parlez-vous de la traversée moderne d'un grand pays ?

On se base sur un itinéraire existant pour répondre à des demandes partant de Redon.

- Avez-vous pensé aux offres famille ?

Nous disposons de tout le matériel nécessaire à partir du moment où l'enfant peut se tenir assis, les itinéraires sont 100% sécurisés.

- Quelle typologie de clientèle avez-vous ?

Plutôt une clientèle en dessous de 50 ans pour le vélo et en retraite ou plus de 50 ans pour les séjours rando. Pour les premiers voyages à vélo il y a un côté rassurant de passer par une agence.

- L'hébergement à la nuitée est-il difficile à trouver d'autant que souvent le petit patrimoine que l'on souhaite mettre en avant n'est pas toujours ouvert ou bien il n'y a pas le côté pratique pour accueillir ?

Oui en effet cela n'est pas évident car il faut trouver un lieu qui coïncide en termes de budget, de localisation et d'attraits touristiques.



- **Les points à retenir :**

- Sortir des sentiers battus et faire découvrir les lieux près de chez soi
- Proposer des itinéraires à la découverte des pépites locales grâce aux mobilités douces
- Construire des offres avec son propre ADN en proposant une aventure Humaine avant tout, à la rencontre des acteurs locaux
- Mettre en avant ses valeurs et les actions mises en place en lien avec le tourisme durable