

Paris, 12 mars 2019

Les clientèles du tourisme de randonnée pédestre

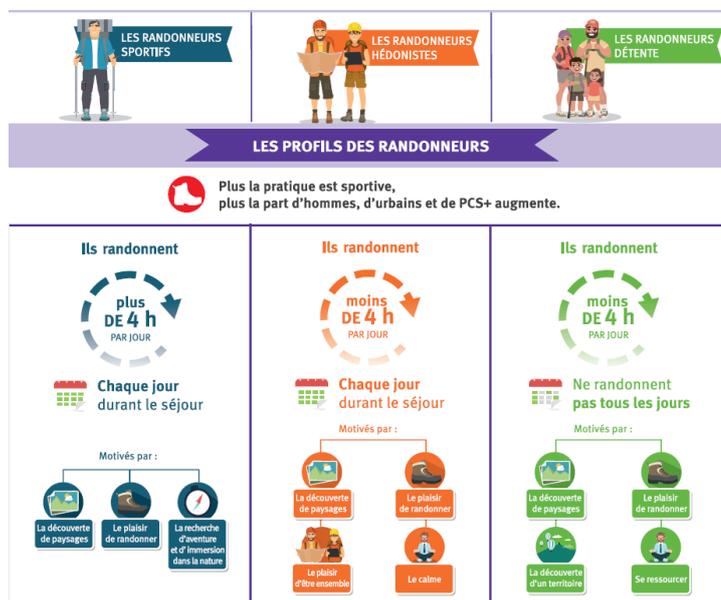
La randonnée pédestre est la 1^{re} activité sportive des Français en vacances. En 2016, 21 millions de séjours ont donné lieu à sa pratique (+25% par rapport à 2007), soit 9% des séjours des Français¹. Afin de mieux appréhender les clientèles du tourisme de randonnée pédestre, et pouvoir leur proposer l'offre la plus adaptée, Atout France et ses partenaires ont lancé une étude auprès de 3 marchés dont les clientèles sont connues pour leur appétence pour le tourisme de pleine nature : la France, l'Allemagne et les Pays-Bas.

Au cours des 5 dernières années, 35% des Français, plus de la moitié des Néerlandais et près des 2/3 des Allemands ont réalisé au moins un séjour ayant pour motivation principale la randonnée pédestre². Face à une urbanisation croissante, le besoin d'un retour à la nature, avec une activité en adéquation avec l'environnement, mais également l'aspiration au bien-être et à la santé, expliquent l'engouement toujours plus vif pour la randonnée.

La France dispose de précieux atouts à même d'attirer de nombreux pratiquants : un réseau de plus de 100 000 km de sentiers de Grande Randonnée, 85 000 km d'itinéraires de promenade et randonnée et des itinéraires mythiques, à forte notoriété internationale, tels que le Chemin de Saint-Jacques-de-Compostelle ou l'exigeant GR®20 en Corse. Si la montagne reste la destination privilégiée, la pratique de la randonnée s'est diffusée dans les autres espaces.

Cette offre très diverse et de qualité doit cependant prendre en compte une concurrence internationale qui s'intensifie, mais également des différences de pratiques selon les nationalités et les profils de randonneurs.

L'étude menée par Atout France et ses partenaires dresse le portrait des clientèles du tourisme de randonnée pédestre sur chacun des 3 marchés et identifie 3 profils de randonneurs : les Sportifs, les Hédonistes et les randonneurs « Détente ».



Les clientèles du tourisme de randonnée pédestre
Collection Marketing touristique
Atout France – Mars 2019

Cet ouvrage est en vente au prix de 29,95 € TTC en version papier et PDF sur www.atout-france.fr

Offert pour la presse

Etude réalisée en partenariat avec la Fédération française de la randonnée pédestre, les Comités régionaux du tourisme Auvergne-Rhône-Alpes, Bourgogne-Franche-Comté et Occitanie, Gironde Tourisme ainsi que les Contrats de destination Massif des Vosges et Voyage dans les Alpes.

¹ Enquête Suivi de la demande touristique 2017

² Enquête en ligne Questback Atout France (2017)

Cette segmentation, permet de mieux identifier les attentes de chacun mais fait également ressortir un point commun à tous les pratiquants : tous considèrent aujourd'hui la randonnée comme une véritable expérience touristique. Il convient dès lors de leur proposer un parcours-client, fluide et qualitatif de bout en bout, ce qui nécessite un engagement collectif de l'ensemble des acteurs de la filière.

L'étude révèle par ailleurs la marge de progrès encore importante pour imposer la France comme une destination de premier choix en matière de tourisme de randonnée pédestre sur les marchés allemand et néerlandais. Elle ouvre un ensemble de pistes d'action visant à valoriser la pluralité, la singularité et la qualité des expériences de randonnée en France.

 **Contact presse :**

 **Atout France** : Stéphanie CADET - 01 42 96 70 75 - stephanie.cadet@atout-france.fr