



ADVENTURE TRAVEL
TRADE ASSOCIATION



ADVENTURE
360



**Développement et adaptation
d'expériences pour le tourisme de demain**
Auvergne Rhône-Alpes les 2 & 4 Mars 2021



Expertise

- Gestion du Risque
- Formation de Guides
- Développement de Produits

Jean-Claude Razel

Senior Educateur, ATTA

- 30 ans d'expérience dans le domaine de l'aventure, spécialisé dans la gestion de la sécurité, la formation de guides et le développement de produits.
- Son entreprise Alaya est l'entreprise de référence au Brésil, certifiée ISO 21.101 en gestion de la sécurité et une B Corp.
- 6 titres de champion du monde de rafting en tant que manager de la sélection brésilienne.
- Né en France, Jean-Claude a grandi dans les Alpes à Chamonix. Pratiquant insatiable d'activités nature et aventure en tant que grimpeur, alpiniste, coureur d'aventure, eau vives....
- Diplômé ESCP 88.

OBJECTIFS DE CETTE FORMATION

- [1] Parcourir les étapes à suivre afin de créer des voyages d'aventure de classe mondiale
- [2] Identifier les opportunités en Auvergne Rhône Alpes pour l'élaboration de nouvelles expériences.
- [3] Découvrir les éléments clés d'un voyage extraordinaire:
 - se concentrer sur l'EXPÉRIENCE
 - Concevoir votre IMPACT POSITIF LOCAL
 - garantir l'APPRENTISSAGE de vos clients

SYNTHÈSE DES SESSIONS DE NOVEMBRE



TENDANCES DÉMOGRAPHIQUES



Nouveau segment des 60+

Nyppies” (Not Yet Past It) or
“Owls” (Older, Working Less, Still
earning)



Développement mondial de classe moyenne

Sur marchés émergents comme la
Chine, la Russie et le Brésil, mais aussi
en Europe de l’Est



Génération Millennials

20% de tous les voyageurs internationaux sont
maintenant des jeunes: Ils voyagent plus loin,
restent plus longtemps et dépensent plus que
les autres touristes - et ils sont plus
interconnectés.

TENDANCES COMPORTEMENTS VOYAGEURS



Recherche de status, exclusivité & personnalisation

Le voyage devient une partie de notre identité, notre image, une manière de se distinguer



Bien-être, pleine conscience & transformation

Développement personnel,
vivre dans l'instant, r
echerche de vie saine



Retour à la nature, loin des foules

Recherche de grands espaces,
respect de la nature,
sortir des sentiers battus

TENDANCES POST COVID



Hygiène & santé

Standards, protocoles,
communication transparente
Démonstration sécurité



Innovation & Digitalisation

Technologie
télétravail
expériences virtuelles



Tourisme durable, climat & régénération

Préservation environnement,
diversité et inclusion sociale,
Réduire éco-empreinte

Régénération



Céline Fortin

Co-Educatrice, ATTA

- Manager régional Europe, ATTA
- 18 ans d'expérience dans les voyages d'aventure (marchés du Royaume-Uni, de l'Australie, des États-Unis, de l'Espagne, de la France), travaillant pour les TO, le conseil et les réceptifs)
- D'origine française, Céline a grandi dans les Alpes à Annecy où elle a commencé à pratiquer la randonnée, le trekking et le ski qui sont devenus sa passion.

Expertise

- Tourisme d'Aventure
- Développement de produits
- Business development

AUVERGNE-RHÔNE-ALPES



ANALYSE OFFRE ACTUELLE MARCHÉS UK ET USA TOURISME D'AVENTURE AUVERGNE-RHÔNE-ALPES



AUVERGNE

**28/30 TOUR OPÉRATEURS NE VENDENT PAS CETTE DESTINATION
7/7 DISENT QUE LES CARACTÉRISTIQUES RÉPONDENT AUX ATTENTES
DE LEURS CLIENTS**



AUVERGNE LES POINTS FORTS:

- Parc des volcans
- Villages médiévaux
- Stevenson Trail
- Hors des sentiers battus
- Gastronomie



Séjours en AUVERGNE

- **Durée moyenne séjour:** 4 à 9 jours
- **Budget par jour:** €90-€150
- **Activités:** Randonnées, vélo (VTT, e-bike), course, raquettes, dégustation culinaire
- **Format:** GIR et séjour libertée



RHÔNE-ALPES
27/30 OPÉRATEURS OFFRENT LE MONT BLANC
(RANDONNÉE ET VÉLO)



RHÔNE-ALPES / MONT BLANC - LES POINTS FORTS

- **TRAVERSER 3 PAYS**
- **LA GASTRONOMIE SAVOYARDE**
- **AMBIANCE DE MONTAGNE**
- **PAYSAGES ÉPOUSTOUFLANTS**



RHÔNE-ALPES - AUTRES POINTS FORTS

- **ViaRhona**
- **Vanoise: Ibex, marmottes, chamois**
- **Cyclisme: route du Tour de France**
- **Fromage, vins de Beaujolais**
- **Ski, raquettes**
- **Route Napoléon**



SÉJOURS EN RHÔNE-ALPES

- **Durée moyenne séjour:** 6 à 12 jours
- **Budget par jour:** €100-€500
- **Activités:** Randonnées, vélo (VTT, e-bike), course, ski, raquettes, dégustation culinaire, rafting, excursions bateaux, moto, nature, yoga, kayak, moto
- **Format:** GIR et séjour liberté





**Design d'expériences pour le
Voyage d'Aventure**

=

Créer des Expériences d'Excellence

Le design d'expériences pour le Voyage d'Aventure:

MODULE 1

L' Idée &
Le Client

MODULE 2

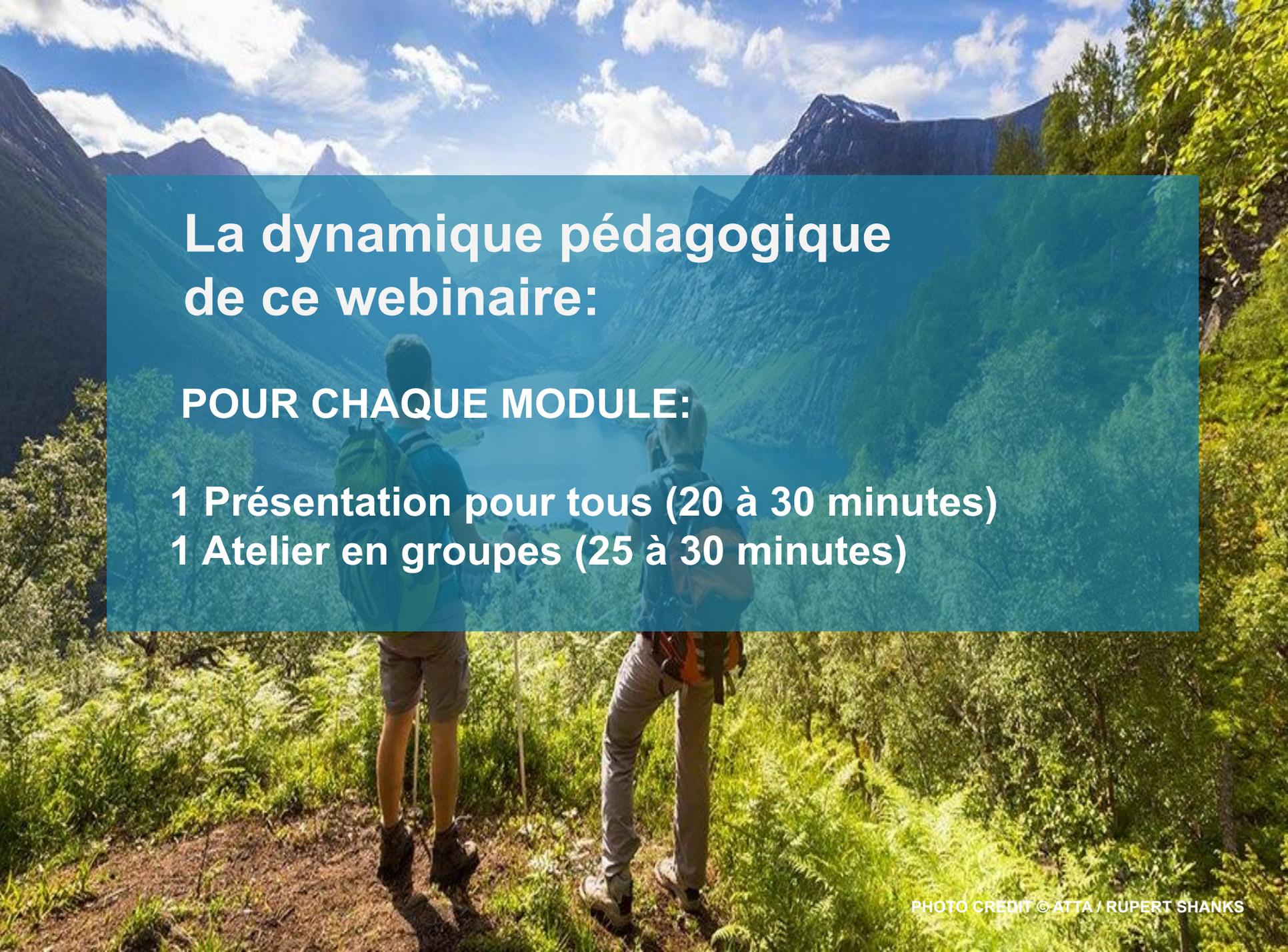
Les atouts &
la Différence

MODULE 3

Le Guide:
Compétences

MODULE 4

Mise en place
& Gestion

A photograph of two hikers on a mountain trail. The hiker on the left is wearing a blue shirt, shorts, and a green backpack. The hiker on the right is wearing a grey shirt, grey pants, and a brown backpack. They are standing on a dirt path surrounded by lush green vegetation. In the background, there are large, rugged mountains under a blue sky with white clouds. A semi-transparent blue rectangle is overlaid on the image, containing white text.

La dynamique pédagogique de ce webinaire:

POUR CHAQUE MODULE:

1 Présentation pour tous (20 à 30 minutes)

1 Atelier en groupes (25 à 30 minutes)

OBJECTIF DE CHAQUE GROUPE

- Vous devez monter et présenter un produit de tourisme d'aventure local
- Vous vous concentrez sur la qualité de **l'EXPÉRIENCE** et sur son **IMPACT POSITIF** (sur l'environnement, la communauté et votre client) et sur **l'APPRENTISSAGE**.



MONTEZ VOTRE ÉQUIPE

Les valeurs

- Tout le monde peut (doit!) s'exprimer - Personne ne monopolise la parole.
- Optimisme de règle. Rêvons, soyons fous!
- Pas de censure: un brainstorming, c'est fait pour se lâcher!
- Rigueur sur les horaires



MONTEZ VOTRE ÉQUIPE

Structurez votre groupe

Faites connaissance

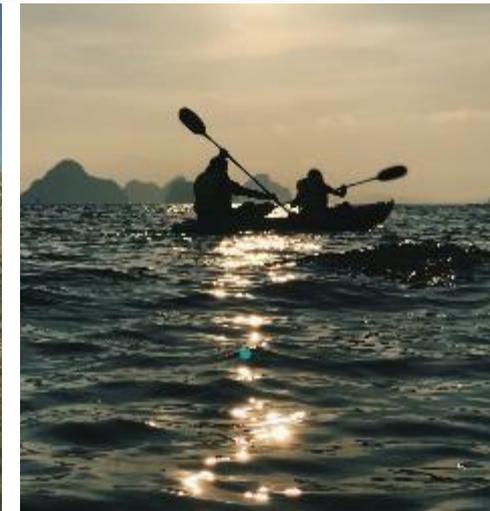
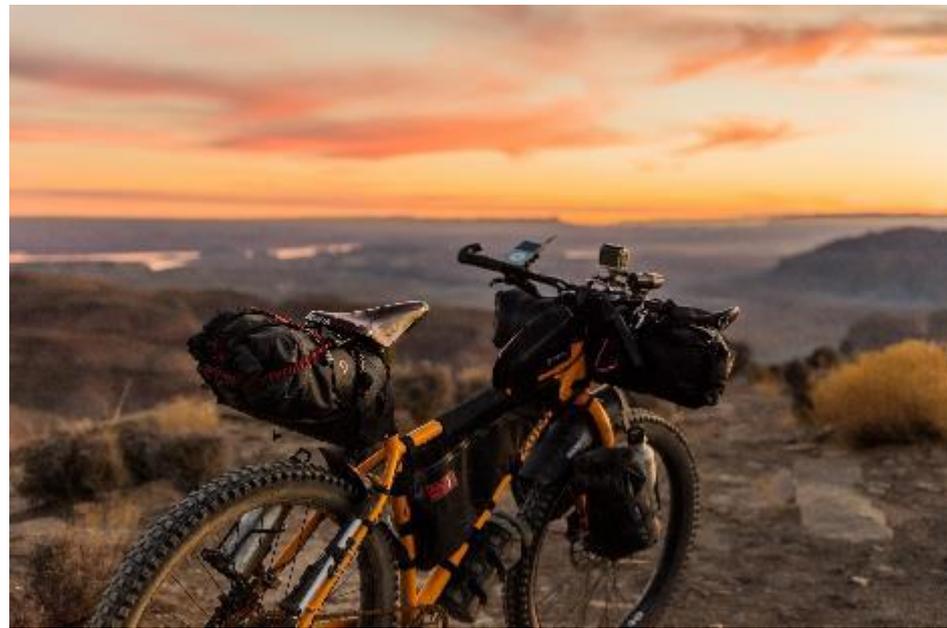
Testez la plateforme Hopin.

Répartissez les rôles: Vous êtes tous concepteurs de voyage et tous gardiens de la qualité des échanges. Il vous faut en plus choisir les rôles suivants:

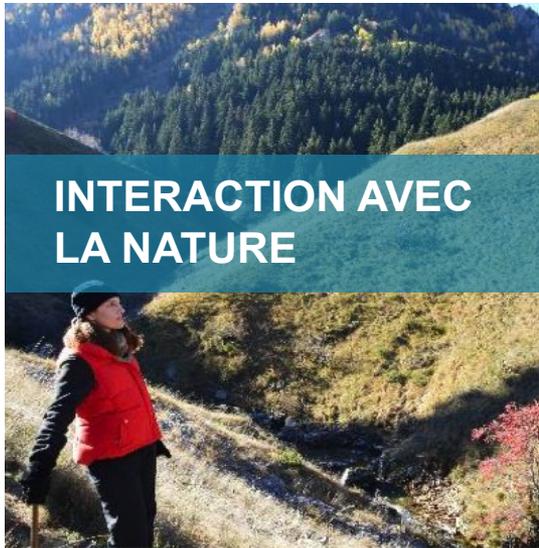
- Scribe
- Présentateur
- Chronométrateur
- Facilitateur



MODULE [1] : L'IDÉE



MODULE [1] : L'IDÉE



MODULE [1] : L'IDÉE

Caractéristiques essentielles de votre Expérience:

- En pleine Nature
- Pédagogique
- Impact local positif: environnement et communautés
- Innovant, moderne, audacieux...



MODULE [1] : LE CLIENT



CLIENT post COVID:



60+

Familles



Solo



Millennials



CLIENT **post COVID:**



En couple
ou 2 couples d'amis

Sécurité : sanitaire et
programmatische

60+

Rythme cool

Programme thématique
Culture, folklore

Programme rigide.
Guide "érudit"
omniprésent

CLIENT post COVID:



Familles avec pré-ados

Sécurité: activités

Familles

Rythme normal
(attention au: "*on fait quoi maintenant?*")

Activités Outdoor: en pleine Nature
Activités pédagogiques

Programme précis.
Guide "prof -copain"

CLIENT post COVID:



Plutôt féminin. Parfois avec animal (chien)

Sécurité personnelle

Voyageurs Solo

Self-guided guide
logisticien

Rythme adaptable

Nature contemplation
Rencontres

Programme générique

CLIENT pos COVID:



Millennials

Rencontres insolites

Bande de jeunes

Guides RP
chasseur de
bons plans

Rythme frénétique

Programme
multidimensionnel

Programme flexible car
comparaison permanente

BÂTIR VOTRE EXPÉRIENCE



- Hors des sentiers battus
- Nature et Modes de Vie, folklore, traditions

- Séjour bien dosé.
- Avoir du temps pour vivre, pour profiter. Surtout du temps être ensemble.
- Expérience pédagogique: on apprend et on s'en souvient.



MODULE [1] : L' IDÉE & LE CLIENT

ATELIER 1: 25 min

Concevez une expérience en se concentrant sur:

- L'EXPÉRIENCE
- votre IMPACT POSITIF local
- L'APPRENTISSAGE de vos clients

et pensez à vos clients via leurs modes de vie et leurs aspirations.

Décrivez votre idée dans le document joint.

MODULE [2] LES ATOUTS: LES ATTRACTIONS



PHOTO CREDIT © UNSPLASH.COM

AYSEN 2019 | SEPTEMBER 2017

MODULE [2] LES ATOUTS: ATTRACTIONS & ACTIVITÉS

- 
- Vignobles du Beaujolais
 - Massif du Mont-Blanc
 - Parc des Volcans
 - ViaRhona
 - Villages médiévaux:
Montpeyroux, Usson, Charroux
 - Saint Marcellin / Saint Félicien

- 
- Randonnée pédestre
 - VTT & e-VTT
 - Randonnée équestre
 - Gastronomie et
dégustation de vin
 - Observation de la faune
 - Visite villages médiévaux

MODULE [2] LES ATOUTS: INFRASTRUCTURE & COMPÉTENCES

Compétences: L'humain

- Langue
- Connaissances du terrain
- Connaissance du métier
- Fiabilité
- Responsabilité

Infrastructure: Le concret

- Routes et transports
- Services publics
- Hôtels et restaurants
- Équipements
- Attractions & Activités

MODULE [2] LA DIFFÉRENCE: IDENTITÉ CULTURELLE



- Valoriser les activités et attractions qui sont spécifiques à votre destination.
- Favoriser les activités qui permettent l'apprentissage culturel et le partage
- L'identité culturelle doit être intégrée à l'ensemble de l'itinéraire pour permettre au voyageur de vivre une expérience locale.



L'importance du Storytelling et du facteur émotion: 'WOW factor'

Storytelling et WOW facteur pour différencier son offre

- Raconter l'histoire des lieux, des local, les légendes et les traditions
- Créer l'effet de surprise pour atteindre les émotions
- L'usage des 5 sens



FACTEURS SOCIAUX, CULTURELS ET ENVIRONNEMENTAUX

Montez une expérience authentique...

qui soit conforme à la culture aux lois et coutumes locales.

Établissez des partenariats avec des entreprises et des organisations locales ...

qui procurent des avantages directs à la communauté?

- Emplois
- Achats
- Soutien des causes locales



**POUR UN TOURISME
ECO RESPONSABLE ET
DURABLE**

LE TRÉPIED DE LA DURABILITÉ:

Harmoniser les exigences:

- Environnementales
- Sociales et communautaires
- Économiques et Financières

MODULE [2] : LES ATOUTS & DIFFÉRENCES

ATELIER 2.1 – Liste des atouts & Différences – 10 min

Pensez aux atouts de votre produit, dans les catégories suivantes:

- **Attractions & Activités**
- **Infrastructures**
- **Compétences**

Décrivez votre travail collectif dans le document joint

MODULE [2] : L'IMPACT POSITIF LOCAL

ATELIER 2.2 : Impact Positif Local – 15 min

Pensez à votre produit en terme d'impact positif local:

- **Impact culturel:** travailler avec les communautés, valoriser la culture locale: folklore, histoire...
- **Impact social:** création d'emplois et revenus locaux
- **Impact environnemental:** implication dans des projets locaux (empreinte carbone plastique, permaculture, ...)

Écrivez votre travail collectif dans le document joint

MODULE [3] LE GUIDE: COMPÉTENCES

- Soutenabilité et Impact Minimum.
- Compétences techniques
- Gestion du Risque
- Gestion de groupe
- Interprétation de l'histoire naturelle et culturelle

Références: ATGS

ISO 21.102

MODULE [3] LE GUIDE: COMPÉTENCES

SOUTENABILITÉ ET IMPACT MINIMUM

- Tente / bivouac
- Feux
- L'eau et les cours d'eau
- Les sentiers
- Respect de La faune et la flore
- Respect des communautés locales

Référence: LNT.org

ISO 20.611

MODULE [3] LE GUIDE: COMPÉTENCES

COMPÉTENCES TECHNIQUES MINIMALES

- Compétence de l'activité et sa pédagogie.
- Premiers Secours
- Orientation
- Interprétation des phénomènes naturels

MODULE [3] LE GUIDE: COMPÉTENCES

GESTION DU RISQUE

- Informations minimales au client (ISO 21.102)
- Inventaire des risques
- Analyse du risque
- Traitement des risques
- Plan d'urgence

MODULE [3] LE GUIDE: COMPÉTENCES

GESTION DU GROUPE

- Logistique
- Leadership
- Prise de décision
- Gestion de conflit

MODULE [3] LE GUIDE: COMPÉTENCES

INTERPRÉTATION DE
L'HISTOIRE NATURELLE ET
CULTURELLE

- Histoire & Géographie
- Faune & Flore
- Tradition & Folklore
- Storytelling

MODULE [3] LE GUIDE: COMPÉTENCES



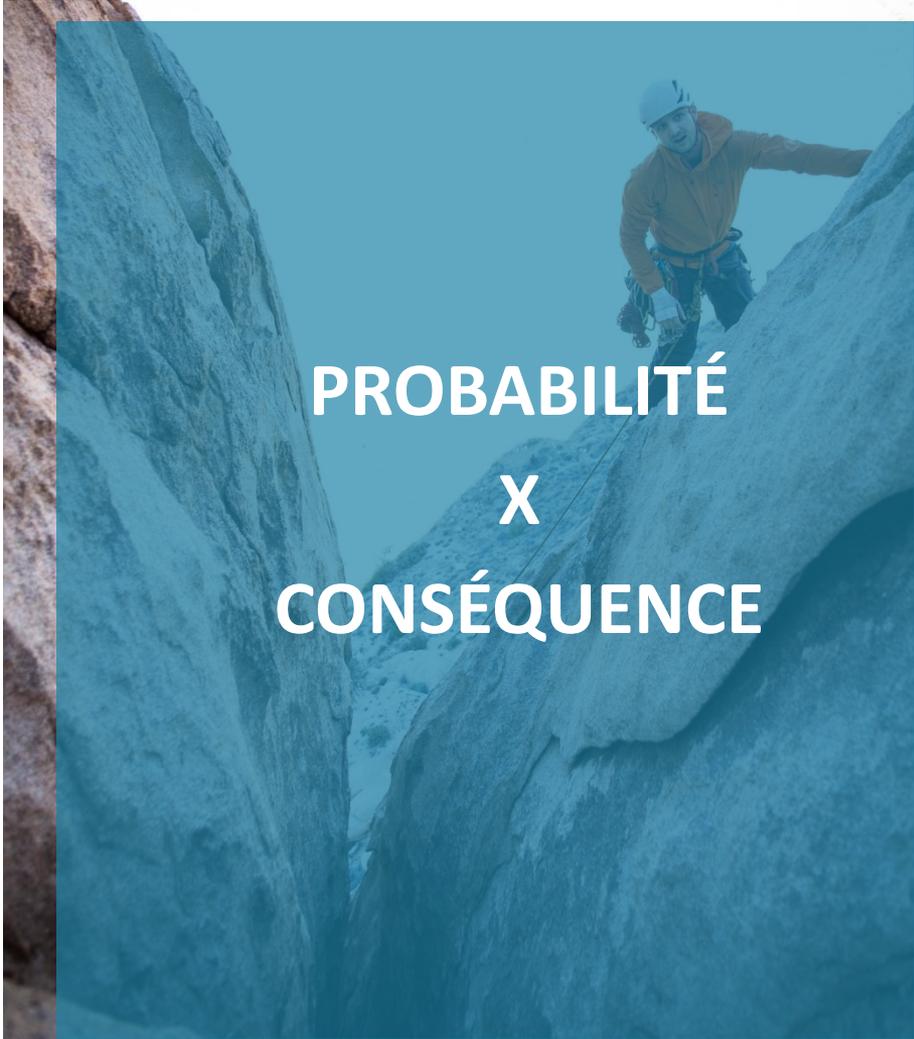
RÈGLE DES 3 BRIEFINGS

- 
- BRIEFING DE LOGISTIQUE
 - BRIEFING DE SÉCURITÉ
 - BRIEFING DE MINIMUM IMPACT

MODULE [3] LE GUIDE: GESTION DU RISQUE

A background image of a map with a blue overlay. The map shows a coastline with the word 'COWES' visible. There are some faint lines and text on the map, including 'SHAN' and 'Scale'.

ANALYSE DU RISQUE

A background image of a rock climber on a steep rock face, wearing a helmet and harness, with a blue overlay. The climber is positioned in the upper right quadrant of the image.

PROBABILITÉ
X
CONSÉQUENCE

ANALYSE DE RISQUE: PROBABILITÉ

NOTES DE 1 à 5:

5 - PRESQUE CERTAIN

4 - PROBABLE

3 - POSSIBLE

2 - IMPROBABLE

1 - RARE

ANALYSE DE RISQUE: CONSÉQUENCES

NOTES DE 1 à 5:

5 - CATASTROPHIQUE

4 - SÉRIEUX

3 - MODÉRÉ

2 - LÉGER

1 - INSIGNIFIANT

ANALYSE DU RISQUE

AR = Probabilité x Conséquence

AR = 1 1X1 rare et insignifiant
= **acceptable**

AR = 25 5X5 presque certain et
catastrophique
= **inacceptable**

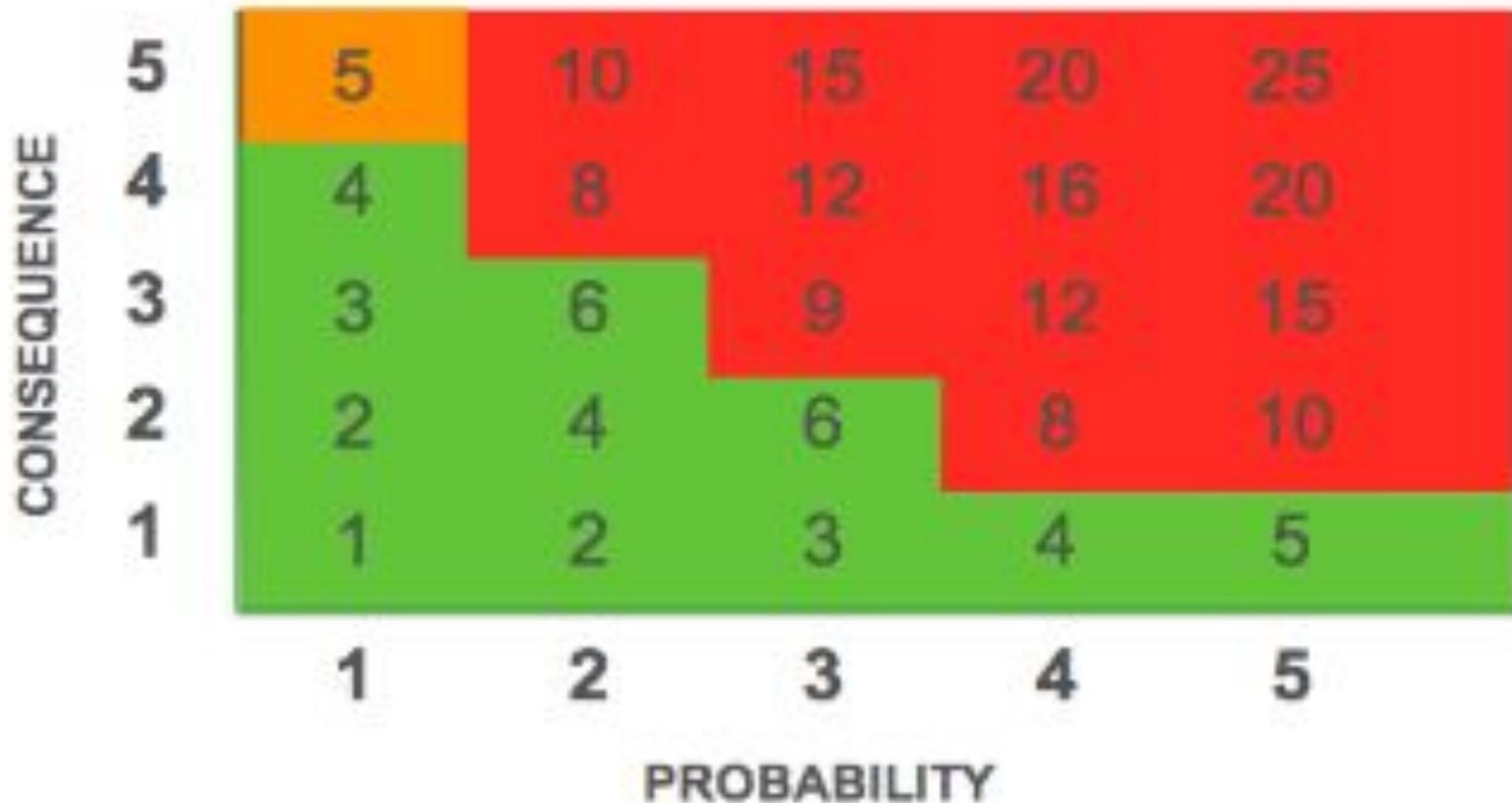
ANALYSE DU RISQUE

5	5	10	15	20	25
4	4	8	12	16	20
3	3	6	9	12	15
2	2	4	6	8	10
1	1	2	3	4	5
	1	2	3	4	5

CONSEQUENCES

PROBABILITY

ANALYSE DU RISQUE



MODULE [3] : LE GUIDE - COMPÉTENCES

ATELIER 3.1 – Compétences du guide - 10 min

réfléchissez au rôle du guide dans votre expérience et aux compétences requises pour offrir une expérience exceptionnelle

- Énumérez les composantes de **l'interprétation de l'histoire naturelle et culturelle de votre produit.**
- Décrivez quand votre guide joue un rôle clé dans **l'expérience client.**

Écrivez vos réponses dans le document joint

MODULE [3] : LE GUIDE - COMPÉTENCES

ATELIER 3.2 – Gestion du Risque - 20 min

- Choisissez l'**activité** qui présente les plus grands risques.
- **Faites une analyse de 3 risques**: Probabilité X Conséquence
- Préparez un briefing de sécurité pour préparer vos clients à ces risques.

Décrivez vos réponses dans le document joint

MODULE [4] LA MISE EN PLACE

CLÉS DU SUCCÈS:

- Maîtrisez le flow de l'itinéraire: gérer les points forts.
- Soins particuliers à l'accueil et aux adieux
- Insistez sur l'impact positif que vous créez.
- *"Undersell - Overdeliver"*



MODULE [4] LA MISE EN PLACE

L'EXPÉRIENCE PÉDAGOGIQUE:

- Concentrez-vous sur ce que votre client va **apprendre** pendant votre itinéraire.
- Laissez lui le temps d'intégrer ces connaissances



MODULE [4] LA MISE EN PLACE:

- Le briefing logistique, surtout les horaires
- Liste des équipement.
- Les détails qui améliorent le confort.

MODULE [4] LA GESTION: NOTION DE COP

COP = Coût Opérationnel

Tous les coûts induits pour qu'une activité d'aventure puisse avoir lieu:

- guides et autre staff (chauffeur, cuisinier, ...)
- amortissement, entretien ou location matériel (vélos, raft, PS...)
- Entrées site, parc, propriété privée...
- Transports (bus, van, taxi, téléphérique...)
- Assurance et SGS
- Pique Nique

Rentabilité = COP < 40% du Prix de vente

MODULE [4] LA GESTION: RENTABILITÉ

CA = 100

COM=10

COP = 40

CAD = 20

MKG = 5

EBE = 25

CA = 100

COM=10

COP = 60

CAD = 20

MKG = 5

EBE = 5

Rentabilité = COP < 40% du Prix de vente

MODULE [4] : LA MISE EN PLACE

ATELIER 4.1 – Concevez votre itinéraire détaillé – 10 min

Montez votre itinéraire en soignant particulièrement:

- Les points forts
- L'accueil et les adieux
- Les temps d'apprentissage et de réflexion

Décrivez votre travail collectif dans le document joint

MODULE [4] : LA GESTION

ATELIER 4.2: Prix de vente et COP – 15 min

Calculez le prix de vente de votre expérience en utilisant la notion de COP:

- évaluez tous les coûts opérationnels
- Divisez par 0,4 pour avoir votre prix de vente.

Comparez ce résultat:

- Aux prix pratiqués sur le marché
- Aux prix auquel vous souhaitez vendre idéalement compte tenu de l'impact positif local.

Écrivez vos réponses dans le document joint

ATELIER DE PRÉPARATION

- PRÉSENTATION EXPÉRIENCE

ATELIER: Présentation du produit – 45 min

Présentez votre nouveau produit en vous concentrant sur:

- **L'EXPÉRIENCE CLIENT**
- **L'IMPACT LOCAL POSITIF**
- **L'APPRENTISSAGE**

Chaque groupe aura 10 minutes pour présenter son expérience



ADVENTURE
EDU

PRÉSENTATION DE GROUPE





ADVENTURE
EDU

MERCI



@adventuretweets



jeanclaudio@alaya.com.br
celine@adventuretravel.biz