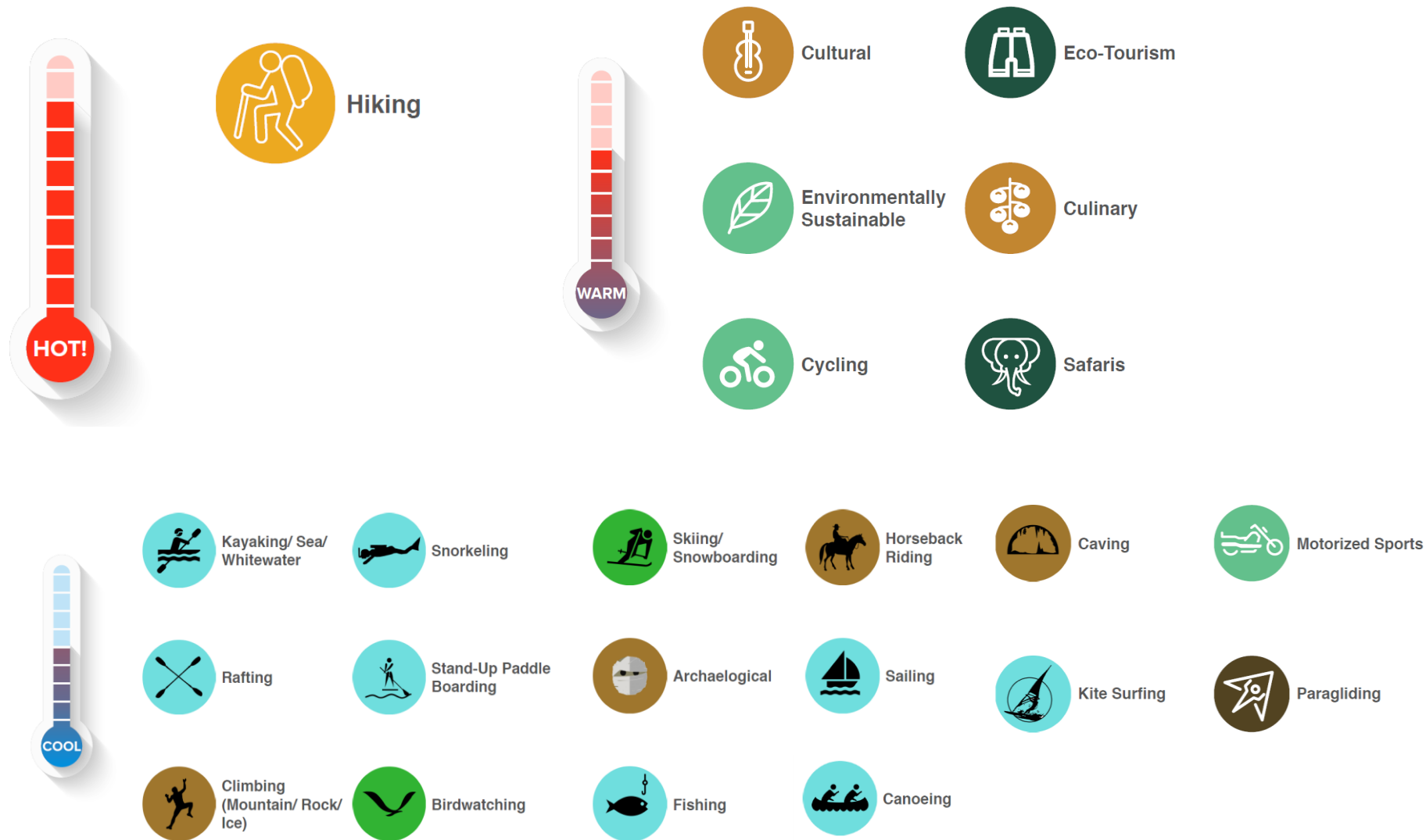


Accogliere i viaggiatori a piedi e in bicicletta: corso per operatori e guide

Le attività più praticate



Le tendenze del mercato internazionale



Fonte: ATTA-

Una ricerca sui clienti dell'outdoor in Francia



 Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

LES CLIENTELES DE L'OUTDOOR : PROFIL ET ATTENTES

 France.fr

GREEN FRANCE LES JOURNÉES PROS
DU TOURISME MASSIF CENTRAL
13 & 14 MAI 2018 VICHY - PALAIS DES CONGRES  www.greenfrance.org

Fonte: Osservatorio Auvergne-Rhone Alps tourisme - <http://pro.auvergnerhonealpes-tourisme.com/res/aa945968222d166863b1b313b247042b2e54931a.pdf>

Indagine condotta su 4133 persone di nazionalità francese, belga, olandese, tedesca, britannica

Parcours acrobranche
Eaux vives Escalade
Trail
Pédestre
Voile / Planche à voile Cyclotourisme
Pêche
Parapente Randonnée VTT
Tyrolienne / Via Ferrata
Randonnée équestre
Course d'orientation

La nuvola di parole che riassume l'importanza delle attività outdoor conferma i dati degli studi ATTA sul campione internazionale: il cammino è nettamente l'attività preferita



Il pubblico

- **40% viaggiano in famiglia**
- Durata del viaggio: **36% 1 settimana**, 29% 2 settimane, 19% da 3 a 5 giorni, 5% weekend
- **65% praticano più attività** (in media 3), 35% mono-attività
- **84% viaggiano tra luglio e settembre**
- **70% programmano delle camminate**, 32% vogliono fare SOLO delle camminate
- **30% programmano dei giri in bicicletta da strada**, 8% vogliono fare SOLO dei giri in bicicletta da strada
- **25% programmano dei giri in MTB**, 4% vogliono fare SOLO dei giri in MTB



Le fonti di ispirazione

1. Sito web della destinazione turistica
2. Social network
3. Siti specializzati sull'attività
4. Riviste specializzate sull'attività

Motivi della scelta della destinazione



1. La struttura di accoglienza in cui soggiornare
2. L'ambiente naturale
3. La facilità di accesso, in particolare con i mezzi pubblici
4. La possibilità di praticare più attività outdoor
5. La partecipazione a un evento
6. La disponibilità di percorsi adatti al livello tecnico del viaggiatore



I servizi richiesti

1. Wifi (67%)
2. Spazio relax o giardino (52%)
3. Parcheggio sicuro (39%)
4. Lavatrice e asciugatrice (31%)
5. SPA (22%)
6. Spazio per lavaggio bici (12%)
7. Spazio e attrezzatura per riparazione bici (8%)



Prenotazione delle attività outdoor

1. Sul sito web del fornitore (46%)
2. Sul sito web dell'ufficio del turismo (27%)
3. Presso la sede del fornitore (19%)
4. Presso la struttura di accoglienza (7%)



Da soli o in compagnia?

1. In coppia (41%)
2. Con la famiglia (39%)
3. Da soli (16%)
4. Con amici (17%)



La frequenza dell'attività

- Ogni giorno – 26%
- Ogni due giorni – 38%
- Due volte alla settimana – 23%
- Una volta alla settimana – 8%
- Meno di una volta alla settimana – 5%

La maggior parte dei viaggiatori (64%) pratica l'attività frequentemente, ma è chiaro che la gran parte del pubblico l'alterna ad altri interessi



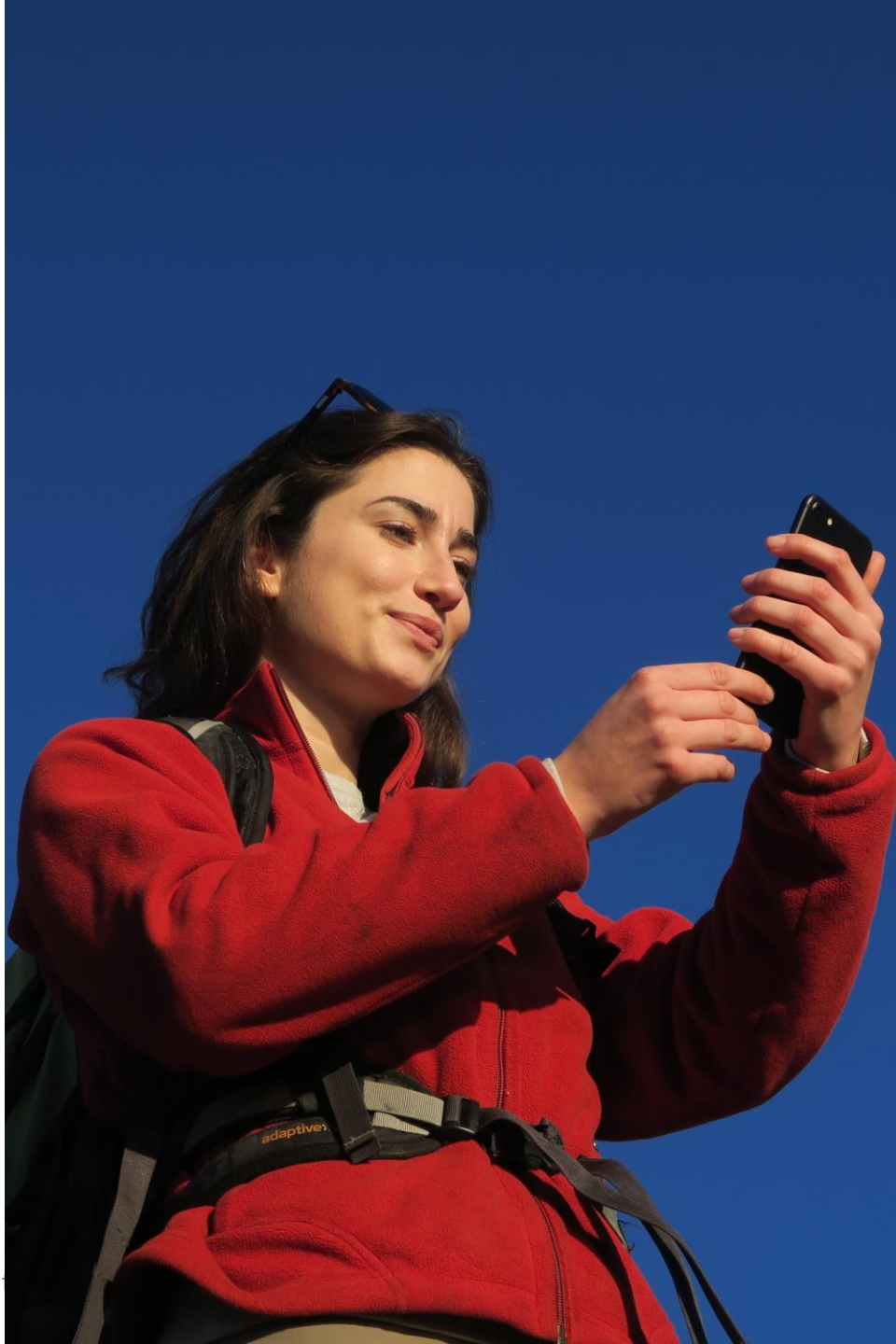
Con guida o in autonomia?

1. In autonomia, nell'ambiente naturale – 55%
2. In autonomia, in spazi «sicuri» (percorsi segnalati, parchi avventura, bike park, ecc.) – 37%
3. Con guida professionista – 7%



Noleggjo o attrezzatura propria?

- Con la propria attrezzatura – 51%
- Con attrezzatura a noleggio – 49%



Cosa cercano sui social network?

- Informazioni pratiche – 66%
- Programmi di soggiorno – 63%
- Testimonianze – 57%
- Foto – 56%
- Video – 53%



Le immagini più ispiranti

Le foto che hanno avuto il maggiore successo sui social network trasmettono un messaggio di relax, contemplazione, condivisione, riposo nella natura.



In sintesi... l'immagine «slow» cattura l'attenzione