

LA MICRO-AVENTURE UNE TENDANCE DE FOND



© @Thibault Liebengulth

Sources : nouvelobs.com ; tendances-tourisme.fr ; YouGov France ; The Conversation ; 2journspourvivre.com ; Welcome City Lab ; Global Trends Report ; monatourisme.fr ;

S'EVADER DU QUOTIDIEN... AUTREMENT

Auparavant, s'évader du quotidien et partir à la découverte du monde le temps d'un week-end ou de quelques jours s'apparentait à un « **City break** ». Le terme « **Aventure** » signifiait partir très (très) loin affronter l'inconnu.

Puis de nombreux **urbains en mal d'aventure** sont parti à la recherche d'expériences en milieu naturel près de chez eux, seul, en couple ou en famille. La tendance **micro-aventure** était née.

Contrairement à la tendance bushcraft/survivalisme, la micro-aventure se veut **accessible, simple** à réaliser, **proche** de chez soi, de courte durée... On peut **vivre les sensations de l'aventure** avec un grand A, sans avoir besoin d'être un grand sportif ou de posséder du matériel particulier, sans avoir besoin de partir longtemps et loin en voyage, sans prendre de risque...

Aujourd'hui la micro-aventure est devenu une véritable **opportunité de marché** soutenue par 3 grandes tendances de consommation touristique.

Slow

15% des Français ont déjà entendu parler du Slow Life selon l'étude YouGov France : slow food, slow déco, slow cosmétique, slow fashion, slow business... slow tourisme !

La tendance slowtourisme incite à **vivre l'instant présent**, en prenant son temps, en contemplant les paysages... C'est un état d'esprit qui remet en cause sa façon de voyager pour **favoriser l'environnement et l'économie locale**.

Staycation

Né de la contraction entre stay (rester) et vacation (vacances), le nouveau dada des urbains réconcilie économie et écologie. L'idée est de **partir en vacances sans quitter sa ville de résidence**, et de profiter de celle-ci comme le ferait un touriste. Un site propose ainsi aux Parisiens de partir pour des mini-vacances à quelques arrêts de métro de leur domicile. L'occasion d'avoir accès aux plus beaux hôtels de la capitale et de vivre une expérience inédite.

Aucun budget transport à prévoir, c'est **bon pour le porte-monnaie et la planète**.

Flygskam

ou la honte de prendre l'avion. A l'heure où le changement climatique est au cœur des débats, **réduire son empreinte carbone** devient incontournable.

Si ce mouvement venu de Suède ne semble pas encore avoir eu de conséquence sur le marché aérien (en progression de 4,2% en 2019), la Suède enregistre tout de même une baisse de 10% de ses vols domestiques

Les micro-aventuriers souhaitent :

- Consommer **durable et responsable**.
- **Echapper au tourisme de masse**.
- Insérer un maximum de temps de d'évasion dans leur emploi du temps pour « collectionner » des **expériences** mémorables.
- Pratiquer des activités qui ne présentent **aucun risque** et qui ne demandent **pas de compétences particulières**.

A l'heure où l'on peut parcourir la planète en quelques heures de vol, il est bon de se dire que l'on peut ralentir, consommer autrement, se poser, regarder autour de soi et réaliser que les trésors que l'on va chercher au bout du monde sont parfois à portée de pas !

« L'aventure a longtemps été associée aux années 70-80. Aujourd'hui, elle connaît un renouveau - notamment via sa micro-formule - grâce aux entrepreneurs et startupers. Lesquels sont de plus en plus nombreux à répondre au besoin grandissant qu'ont les sédentaires de casser la monotonie de leur quotidien » observe Laurent Queige, directeur de Welcome City Lab, incubateur dédié au tourisme d'innovation.



© www.TristanShu.com/Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

La micro-aventure se décline selon plusieurs profils de micro-aventuriers. Il y en a pour tous les goûts, qu'on soit amateur de culture ou de sports extrêmes, qu'on souhaite ou non sortir de sa zone de confort, que ce soit pour **quelques heures ou quelques jours**.

Prendre une pause, se ressourcer

Dormir dans un refuge, un igloo !, contempler une vue, passer la nuit à écouter le brame du cerf...

Enchanter son quotidien, se reconnecter à la nature

Arpenter la Seine ou la Marne en paddle ou simplement partir randonner « de l'autre côté du périph »...

Se déplacer autrement, adopter un nouveau tempo

Partir en road trip dans un van aménagé et dormir à la belle étoile, voyager en train de nuit, choisir un séjour en itinérance (à pieds ou à vélo)...

Plusieurs **start-ups** se sont lancées dans la micro-aventure. Elles publient des guides ou organisent des aventures en partenariat avec des agences de voyage ou des compagnies aériennes. [Alastair Humphrey](#), 1^{er} micro-aventurier déclaré dès 2014, a collaboré avec [Easyjet](#) afin de proposer une alternative aux traditionnels city-breaks

Aujourd'hui les **influenceurs voyage** se sont emparés de la tendance en faisant la promotion du partir à côté de chez soi : [Mes ptits bouts du monde](#), [Les petits baroudeurs](#), [Petit bivouac](#), [Tibolib](#),

Preuve de cet engouement, certains influenceurs ont fait de la micro-aventure leur spécialité. Que ce soit au travers de livres, de blogs ou de pages dédiées sur les réseaux sociaux, ce sont des **communautés** entières qui sont nées :

- LES OTHERS se définissent comme des « amoureux d'outdoor, de voyages et de photographies ». Leur communauté regroupe plus de 144 000 abonnés sur Facebook et 111 000 sur Instagram.
- CHILOWE teste et recommande des idées d'aventure partout en France. Leur communauté compte plus de 12 700 abonnés sur Facebook et près de 19 000 sur Instagram.
- EN NATURE SIMONE a pour objectif de proposer des itinéraires de randonnée à faire sur 2, 3 ou 4 jours au départ des grandes villes de France et de Bruxelles sans prendre la voiture (11 000 abonnés Facebook, 5 000 abonnés Instagram).
- HELLOWAYS est sa version raccourcie puisqu'il s'agit d'escapade à la journée (près de 12 000 abonnés sur Facebook, 4 800 abonnés Instagram)
- AMELIE DELOFFRE c'est un site web « 2 jours pour vivre », une newsletter et un livre éponyme recensant 34 micro-aventure en France (2 800 abonnés Facebook, 2 100 abonnés Instagram)
- et bien d'autres encore ...

A la recherche d'authenticité, les micro-aventuriers veulent échapper à la foule, c'est donc **l'opportunité de faire la promotion d'espaces moins connus**. Si l'on rajoute à cela l'attrait pour l'outdoor et le souhait de se couper temporairement des nouvelles technologies, **les territoires ruraux ont une véritable carte à jouer** dans ce nouveau dessein du tourisme.

La quête de simplicité et d'aventure hors des sentiers battus mais dans un cadre sécurisé laisse la possibilité aux territoires de **ne pas avoir à investir lourdement dans des infrastructures** pour accueillir la clientèle. Des destinations développent déjà des zones aménagées de bivouac. La volonté des touristes de vivre des expériences qu'ils se créeront eux-mêmes ne contraint pas le territoire à mettre en place un plan de promotion lourd.

Même si le principe de la micro-aventure se veut économe, tous ne choisiront pas de dormir à la belle étoile. Les **hébergements de charme** et les **producteurs locaux** seront privilégiés dans leur quête d'authenticité.

TENTES PAR LA MICRO-AVENTURE ?

Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme s'est intéressé aux communautés consacrées à ce phénomène. CHILOWÉ c'est une petite communauté (12.7K abonnés) mais de qualité (fort taux d'engagement), et qui répond aux attentes d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme sur la thématique outdoor :

- familles et couples de 25 à 45 ans, Nature Lovers, CSP+
- attirées par l'émergence des sports outdoor, et qui aspirent à de nouvelles expériences fraîches et naturelles
- habitent dans les grandes villes de France - 75% à Paris, 10% à Lyon ou à moins de 2h des gros bassins de clientèles.

Nous avons accueilli un blogueur membre de la communauté Chilowe : Thibault Liebenguth, basé à Annecy, ambassadeur Chilowé / Lafuma et papa de deux enfants.

Le projet comprenait : la production de contenus (textes et photos) et un programme de diffusion incluant :

- la mise en ligne de la micro-aventure sur le site internet Chilowé = 45K visiteurs uniques / mois
- l'envoi d'une newsletter dédiée
- la diffusion de posts Facebook (10K abonnés) et Story Insta (15,6K abonnés) et une campagne sponsorisée



Dans le cadre de son plan d'actions 2020, et toujours dans son rôle de facilitateur, Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme va poursuivre son travail engagé autour de la micro-aventure en famille avec Chilowé :

- Organisation avec nos partenaires territoriaux de 4 accueils de blogueurs de la communauté Chilowé avec production de contenus : texte, photos et vidéo
- Promotion du contenu produit auprès de la communauté Chilowe (Site @ = 45 K visiteurs / mois, 30K abonnés à la newsletter)
- Prise de parole plusieurs fois dans l'année sur les différents réseaux sociaux de Chilowe et d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme
- Insertion des micro-aventures dans le 1ere magazine Chilowe " La bible de l'aventure en France qui inspire et guide la communauté" - sortie octobre 2020

Nous vous proposons de vous associer à l'une de ces 4 actions en 2020 et ainsi bénéficier :

- des contenus riches et de qualités
- d'un plan média conséquent et de qualité

Valoriser la région AURA auprès de la cible **famille** sur le thème de la **microaventure**



MÉDIA / GUIDE CHILOWÉ

- 4 microaventures labellisées Chilowé
- Newsletter dédiée "25 conseils pour partir à l'aventure en famille"

FESTIVAL CHILOWÉ

- 2 x Tables rondes "microaventure en famille"
- Stand Mowgli au bar à microaventure
- Vidéo post-Festival

MAGAZINE CHILOWÉ

- Triple-page dans le prochain magazine Chilowé (sortie octobre 2020)

Contact

Caroline CHOUVY - 04 73 29 28 26

C.Chouvy@auvergnerrhonealpes-tourisme.com