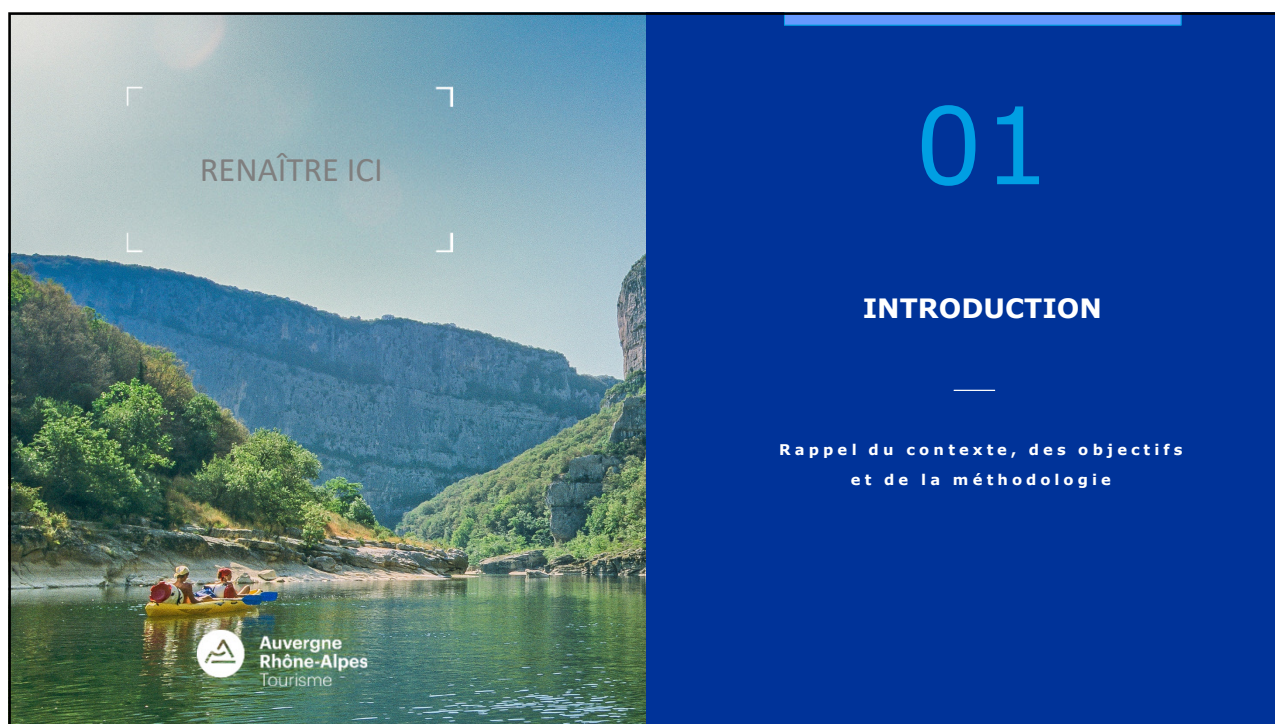




1




2



3

Introduction




## Le contexte et les objectifs de l'étude


**Mieux connaître les clientèles touristiques susceptibles de consommer une offre PNR tout au long de l'année**


Auvergne Rhône-Alpes Tourisme et les Parcs Naturels Régionaux (PNR) ont souhaité mener **une étude de notoriété et d'image** permettant de dresser le profil, les comportements et les attentes des clientèles pouvant trouver un écho favorable à une offre PNR sur l'ensemble de l'année. Pour ce faire, **différentes cibles touristiques** ont été définies : les **prospects**, i.e. n'ayant pas séjourné dans un PNR en Auvergne-Rhône-Alpes (AuRA) au cours des 3 dernières années mais susceptibles d'y séjourner ; les **visiteurs occasionnels/réguliers**, i.e. qui ont séjourné dans un PNR en AuRA au moins une fois au cours des 3 dernières années et les **primo-visiteurs**, i.e. qui ont séjourné dans un PNR pour la 1<sup>ère</sup> fois en 2020.

L'objectif stratégique de cette étude consiste à **identifier les leviers** qui permettront d'**améliorer la promotion** et la **commercialisation de la thématique** « Parcs Naturels Régionaux » et de mieux caractériser les publics à viser et les moyens de communication à privilégier. Plus précisément, les objectifs s'articulent autour des points suivants :

- **Identifier les typologies de clientèles réceptives**, selon les caractéristiques **démographiques** ou encore selon la **sensibilité** à l'égard du **développement durable**,
- **Evaluer la notoriété** des Parcs Naturels Régionaux et Nationaux en France et le **positionnement concurrentiel** de la région Auvergne-Rhône-Alpes,
- Mesurer **l'image perçue** des Parcs Naturels et comprendre les **différences perçues** entre un Parc **National** et un Parc Naturel **Régional**,
- Evaluer le **rôle éventuel de la crise sanitaire** sur **l'attractivité** des PNR,
- Déterminer les **motivations**, les **bénéfices attendus**, les **comportements** effectifs ou projetés selon les cibles, les **attentes non (ou mal) couvertes** et les **types d'offres** à développer.







4



RENAÎTRE ICI

Auvergne  
Rhône-Alpes  
Tourisme


# 02

## NOTORIETE ET IMAGE DES PNR

Quelle connaissance et quelle image des PNR ?  
Quelle(s) différence(s) perçue(s) entre un  
Parc National et un Parc Naturel Régional ?

5

Notoriété et image des PNR



### Notoriété spontanée des Parcs Nationaux et Parcs Naturels Régionaux

**Les PNR des Volcans d'Auvergne et du Vercors émergent spontanément auprès des clientèles touristiques**

- Le **Mercantour** et la **Vanoise** dominent parmi les parcs nationaux ; ils sont cités par 3 visiteurs sur 10. Viennent ensuite les **Ecrins** et les **Cévennes**.
- S'agissant des Parcs Naturels Régionaux, 7 PNR d'Auvergne Rhône-Alpes sur 10 figurent dans le TOP 10. Près d'1/4 des clientèles touristiques d'Auvergne-Rhône-Alpes mentionne spontanément le PNR des **Volcans d'Auvergne** ; vient ensuite le PNR du **Vercors** (15%). La Camargue, le Morvan et le Verdon arrivent ensuite. Le PNR du Pilat atteint 6% de notoriété spontanée, les autres ayant un score compris entre 3 et 4%.

Parcs Nationaux		
1	Parc national du <b>Mercantour</b>	30%
2	Parc national de la <b>Vanoise</b>	30%
3	Parc national des <b>Écrins</b>	18%
4	Parc national des <b>Cévennes</b>	16%
5	Parc national des <b>Calanques</b>	9%
6	Parc national des <b>Pyrénées</b>	8%
7	Parc national de <b>Port-Cros</b>	3%
8	Parc national de la <b>Réunion</b>	2%
9	Parc national de la <b>Guyane</b>	2%
10	Parc national de la <b>Guadeloupe</b>	1%
11	Parc national des <b>forêts</b>	1%

Parcs Naturels Régionaux – TOP 10	
PNR des <b>Volcans d'Auvergne</b>	23%
PNR du <b>Vercors</b>	15%
PNR de la <b>Camargue</b>	8%
PNR du <b>Morvan</b>	7%
PNR du <b>Verdon</b>	6%
PNR du <b>Pilat</b>	6%
PNR des <b>Monts-d'Ardèche</b>	4%
PNR du <b>Livradois-Forez</b>	4%
PNR de la <b>Chartreuse</b>	3%
PNR du <b>Massifs des Bauges</b>	3%

*L'Estérel, la Sologne, la Maurienne, le Mont-Blanc, les Alpes, la Savoie, Belledonne, le Larzac, le Gévaudan...*

14%

CONFUSIONS

10%

RIEN – NSP




6

## Notoriété et image des PNR



### Notoriété assistée des Parcs Nationaux et des PNR - TOP 10

Les PNR des Volcans d'Auvergne et du Vercors sont les deux premiers à émerger en Auvergne-Rhône-Alpes

- Les Parcs Nationaux du **Mercantour** et des **Cévennes** sont les plus connus, quelle que soit la cible considérée.
- Viennent ensuite les **Parcs Nationaux des Ecrins, des Calanques** et de **la Vanoise**.
- Le **Pilat émerge bien** au sein des prospects et des résidents Auvergne-Rhône-Alpes ; la **Chartreuse** également, au sein des primo-visiteurs et des clientèles infrarégionales.

Parmi la liste suivante, quels sont les Parcs Nationaux et Parcs Naturels Régionaux que vous connaissez, ne serait-ce que de nom ?

	Prospects		Visiteurs PNR		Primo-visiteurs 2020		Résidents AuRA	
1	Parc national du <b>Mercantour</b>	72%	Parc national des <b>Cévennes</b>	67%	Parc national des <b>Cévennes</b>	65%	Parc national du <b>Mercantour</b>	66%
2	Parc national des <b>Cévennes</b>	68%	Parc national du <b>Mercantour</b>	62%	Parc national du <b>Mercantour</b>	61%	Parc national des <b>Cévennes</b>	64%
3	<b>PNR des Volcans d'Auvergne</b>	65%	Parc national des <b>Ecrins</b>	62%	Parc national des <b>Pyrénées</b>	60%	Parc national des <b>Ecrins</b>	64%
4	Parc national des <b>Ecrins</b>	63%	Parc national de la <b>Vanoise</b>	61%	Parc national des <b>Calanques</b>	60%	Parc national de la <b>Vanoise</b>	63%
5	Parc national de la <b>Vanoise</b>	61%	Parc national des <b>Pyrénées</b>	60%	Parc national des <b>Ecrins</b>	57%	<b>PNR des Volcans d'Auvergne</b>	63%
6	Parc national des <b>Calanques</b>	58%	Parc national des <b>Calanques</b>	59%	<b>PNR des Volcans d'Auvergne</b>	57%	<b>PNR du Vercors</b>	58%
7	<b>PNR du Vercors</b>	51%	<b>PNR des Volcans d'Auvergne</b>	53%	Parc national de la <b>Vanoise</b>	55%	<b>PNR du Pilat</b>	56%
8	Parc national des <b>Pyrénées</b>	49%	<b>PNR du Vercors</b>	51%	<b>PNR du Vercors</b>	51%	Parc national des <b>Calanques</b>	52%
9	<b>PNR du Pilat</b>	49%	PNR du <b>Verdon</b>	47%	PNR du <b>Verdon</b>	45%	<b>PNR de la Chartreuse</b>	48%
10	PNR du <b>Verdon</b>	48%	Parc national de <b>La Réunion</b>	44%	<b>PNR de la Chartreuse</b>	44%	PNR du <b>Verdon</b>	45%

7

## Notoriété et image des PNR



### Rôle des Parcs Naturels Régionaux

Un rôle de préservation de la nature / des paysages, fortement associé aux Parcs Naturels Régionaux

- Les PNR sont fortement associés à la **préservation** et la **proximité avec la nature**, propices à **l'évasion**, au **ressourcement** ou encore à la pratique d'**activités douces** (balades, promenades). C'est aussi un moyen de **sensibiliser les plus jeunes à l'environnement**.
- Le **partage de moment avec les locaux**, **l'enrichissement personnel** ou encore la **pratique d'activités en pleine nature** sont davantage soulignés par les clientèles PNR. Les **primo-visiteurs** quant à eux attribuent volontiers **l'évasion / la respiration**, le **moment de pause** dans le quotidien, la **conservation du patrimoine bâti** ou encore le **partage avec les locaux** ; une rupture « bienvenue » en écho à la situation sanitaire.

Selon vous quel est le rôle d'un Parc Naturel Régional ?  
% Tout à fait d'accord

	Prospects	Visiteurs PNR	Primo-visiteurs 2020	Résidents AuRA
Préserver la faune et la flore	66%	53%	60%	62%
Être proche de la nature	63%	56%	61%	62%
Contempler une diversité de paysages	56%	51%	59%	55%
S'évader, se ressourcer, changer d'air, respirer	55%	55%	61%	58%
Pratiquer des activités douces (balades, promenades, ...)	52%	54%	52%	54%
Sensibiliser les enfants à l'environnement	49%	49%	46%	48%
Découvrir un riche patrimoine culturel et artisanal	44%	48%	49%	41%
S'accorder un moment de pause dans son quotidien	43%	44%	48%	42%
Pratiquer des activités en pleine nature (randonnée, vélo, ski ...)	42%	50%	46%	44%
Préserver un art de vivre avec ses cultures et traditions locales	41%	43%	46%	38%
S'enrichir personnellement	40%	47%	45%	39%
Conserver un patrimoine bâti	40%	41%	46%	35%
Bénéficier d'une meilleure qualité de vie au quotidien	38%	43%	41%	37%
Avoir accès à des produits locaux de qualité	36%	42%	38%	35%
Partager des moments avec les locaux	30%	39%	39%	29%
Bénéficier d'hébergements de qualité	23%	35%	28%	21%

8

## Notoriété et image des PNR



### Les Parcs Naturels Régionaux moteurs du tourisme durable

#### Des Parcs Naturels Régionaux garants d'un tourisme plus durable

- o Quelle que soit la cible, **séjourner dans un Parc Naturel Régional offre la garantie d'un tourisme plus durable**, plus respectueux des patrimoines naturels, culturels et des habitants : des scores > 90% !
- o Le **niveau de conviction / certitude est meilleur encore parmi ceux qui ont déjà expérimenté une offre PNR**, avec une part de « Certainement » sensiblement plus élevée, de respectivement 45% pour les visiteurs réguliers / occasionnels et 46% pour les primo-visiteurs 2020.

*Selon vous, séjourner dans un Parc Naturel Régional offre-t-il la garantie d'une offre de tourisme plus durable c'est-à-dire un tourisme plus respectueux des patrimoines naturels, culturels et des habitants ?*

	Prospects	Visiteurs PNR	Primo-visiteurs 2020	Résidents AuRA
<b>Oui</b>	<b>92%</b>	<b>93%</b>	<b>91%</b>	<b>92%</b>
Oui, certainement	34%	<b>45%</b>	<b>46%</b>	34%
Oui, probablement	58%	48%	45%	58%
<b>Non</b>	<b>4%</b>	<b>6%</b>	<b>5%</b>	<b>4%</b>
Non, probablement pas	4%	5%	4%	4%
Non, certainement pas	0%	1%	1%	0%
<b>Ne sait pas</b>	<b>4%</b>	<b>1%</b>	<b>4%</b>	<b>4%</b>

## Notoriété et image des PNR



### Auvergne-Rhône-Alpes et tourisme durable...

#### Une image de destination durable... dopée par la visite d'un Parc Naturel Régional !

- o Près de 9 visiteurs de PNR sur 10 considèrent la région comme étant **en avance en matière de tourisme durable**, qu'il s'agisse de clients réguliers ou occasionnels comme des primo-visiteurs 2020. La part de « Certainement » est plus élevée encore parmi les primo-visiteurs (38%) : la **visite d'un PNR favorise nettement l'image d'Auvergne-Rhône-Alpes** sur ce point.
- o Bien que les résultats soient inférieurs aux autres cibles, près des ¾ des prospects (72%) estiment qu'Auvergne-Rhône-Alpes est une **destination en avance** en matière de durabilité. Notons toutefois une part d'incertitude plus forte, avec 1 prospect sur 5 qui ne se prononce pas.
- o Parmi les clientèles infrarégionales, **79% considèrent la région en avance en matière de durabilité** ; néanmoins la part de « Certainement » reste plus faible qu'au sein des visiteurs PNR ; 10% estiment que la région n'est pas en avance, soit la proportion la plus élevée.

*Pour vous la région Auvergne-Rhône-Alpes est-elle une destination en avance en matière de tourisme durable ?*

	Prospects	Visiteurs PNR	Primo-visiteurs 2020	Résidents AuRA
<b>Oui</b>	<b>72%</b>	<b>89%</b>	<b>86%</b>	<b>79%</b>
Oui, certainement	20%	<b>32%</b>	<b>38%</b>	22%
Oui, probablement	52%	57%	48%	56%
<b>Non</b>	<b>9%</b>	<b>8%</b>	<b>8%</b>	<b>10%</b>
Non, probablement pas	8%	6%	7%	9%
Non, certainement pas	1%	2%	1%	1%
<b>Ne sait pas</b>	<b>20%</b>	<b>3%</b>	<b>7%</b>	<b>11%</b>



RENAÎTRE ICI

# 03


## 3.1. LES PRIMO-VISITEURS

Clientèles ayant séjourné dans un PNR d'Auvergne-Rhône-Alpes pour la 1<sup>ère</sup> fois en 2020

 Auvergne Rhône-Alpes Tourisme

11




### Les primo-visiteurs



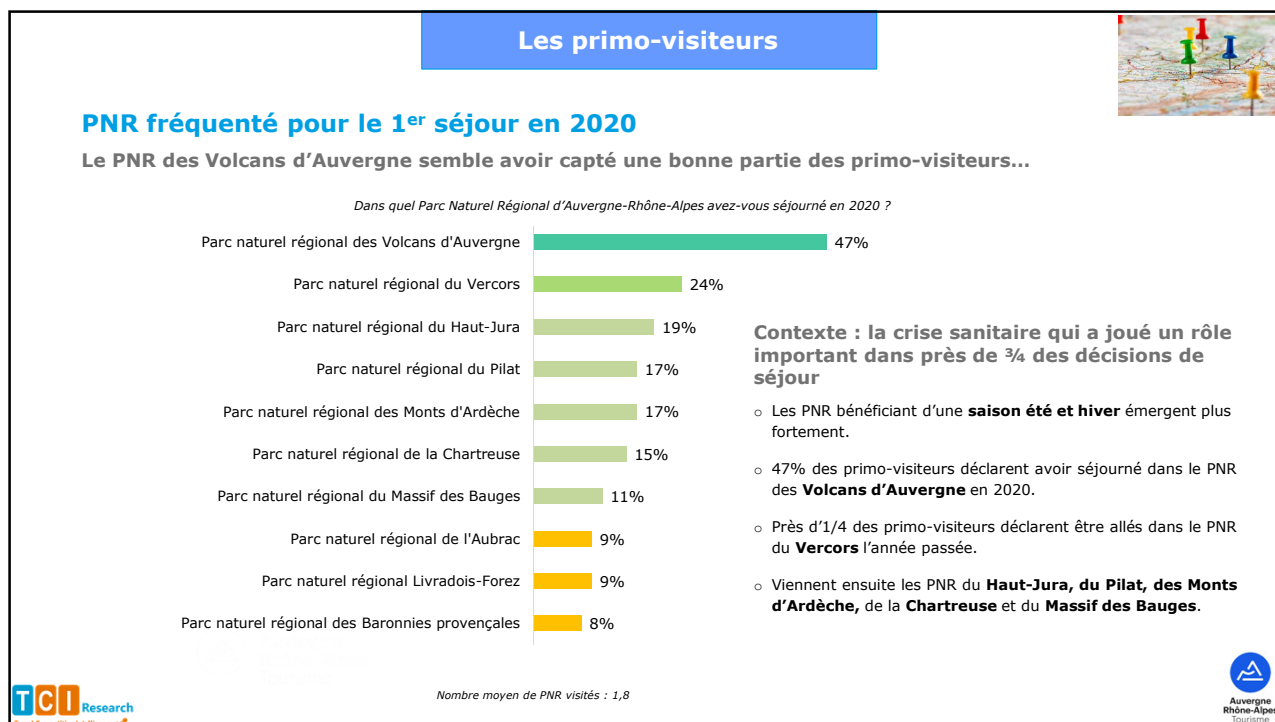
#### Raisons qui ont incité au choix d'un séjour dans un PNR

Un désir de nature préservée, de calme pour se ressourcer et pratiquer des activités extérieures

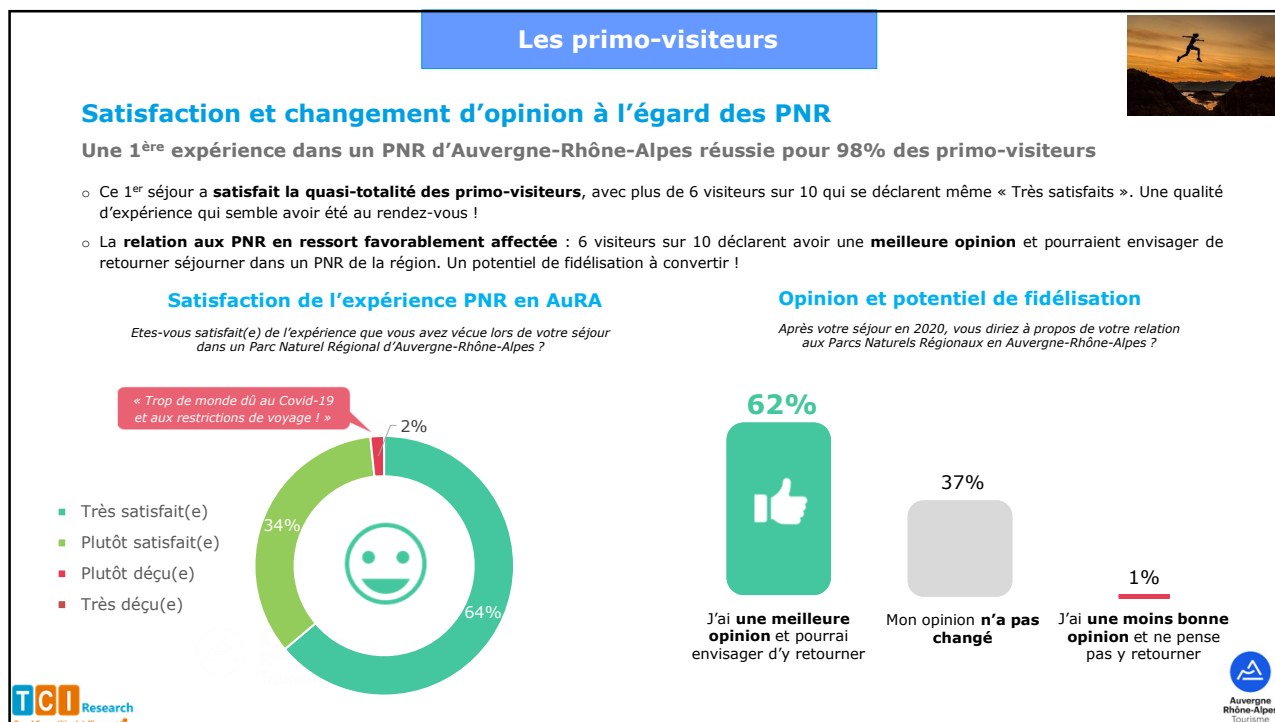
- Le séjour dans un PNR en 2020 a majoritairement été influencé par le fait que la destination soit située dans un Parc Naturel Régional. En effet, 58% des primo-visiteurs déclarent que le PNR a eu plus d'influence dans le choix du séjour que la destination, station, ville choisie.
- Le séjour dans un PNR a été motivé par une envie de **profiter de la nature** : diversité et beauté des paysages, espaces préservés mais également la possibilité de **pratiquer des activités en milieu extérieur**.
- Une réelle volonté de **se retrouver au calme**, loin des sites fréquentés, pour **déstresser, déconnecter, être au grand air** après les périodes de confinement. Ce fut aussi l'occasion de **faire découvrir la nature aux enfants**.
- Un intérêt pour la **découverte du local** est également clairement exprimé *via* la **dégustation de produits locaux**, la découverte des **savoir-faire** ou encore la **rencontre avec les habitants**.

12



13



14



RENAÎTRE ICI

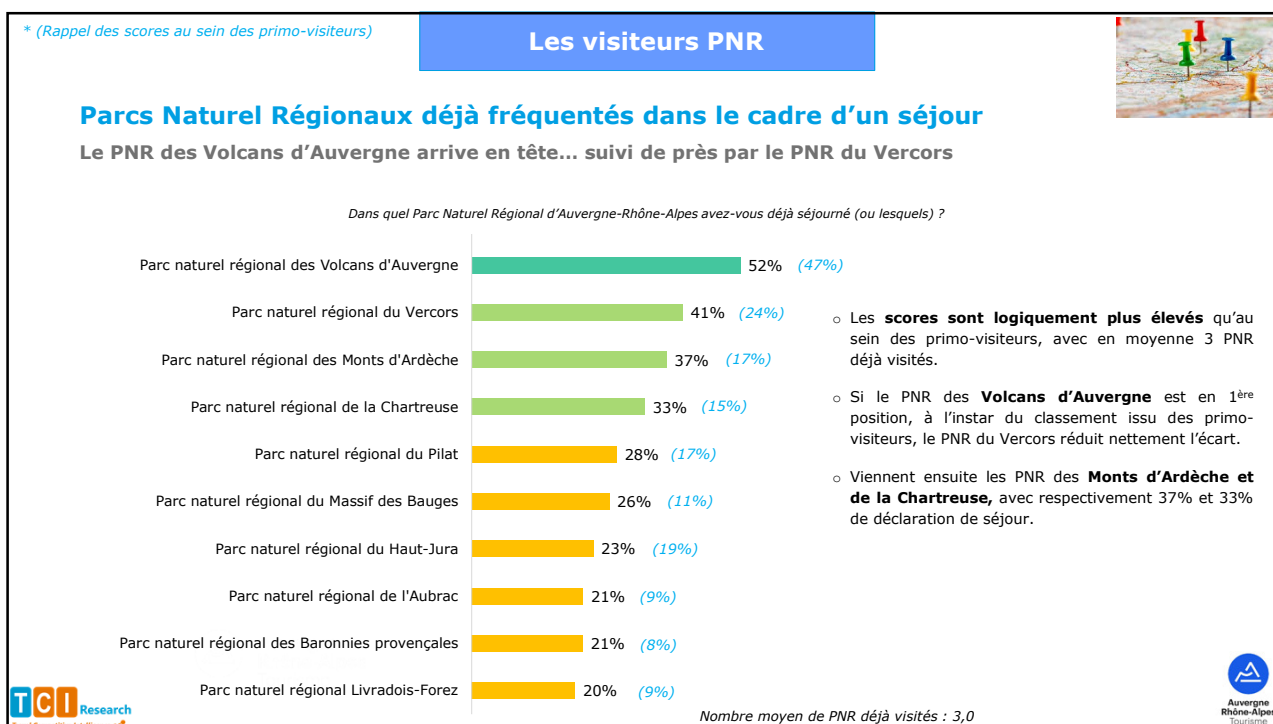
03

### 3.2. LES VISITEURS PNR

Clientèles ayant séjourné au moins une fois dans un Parc Naturel Régional d'Auvergne-Rhône-Alpes au cours des 3 dernières années

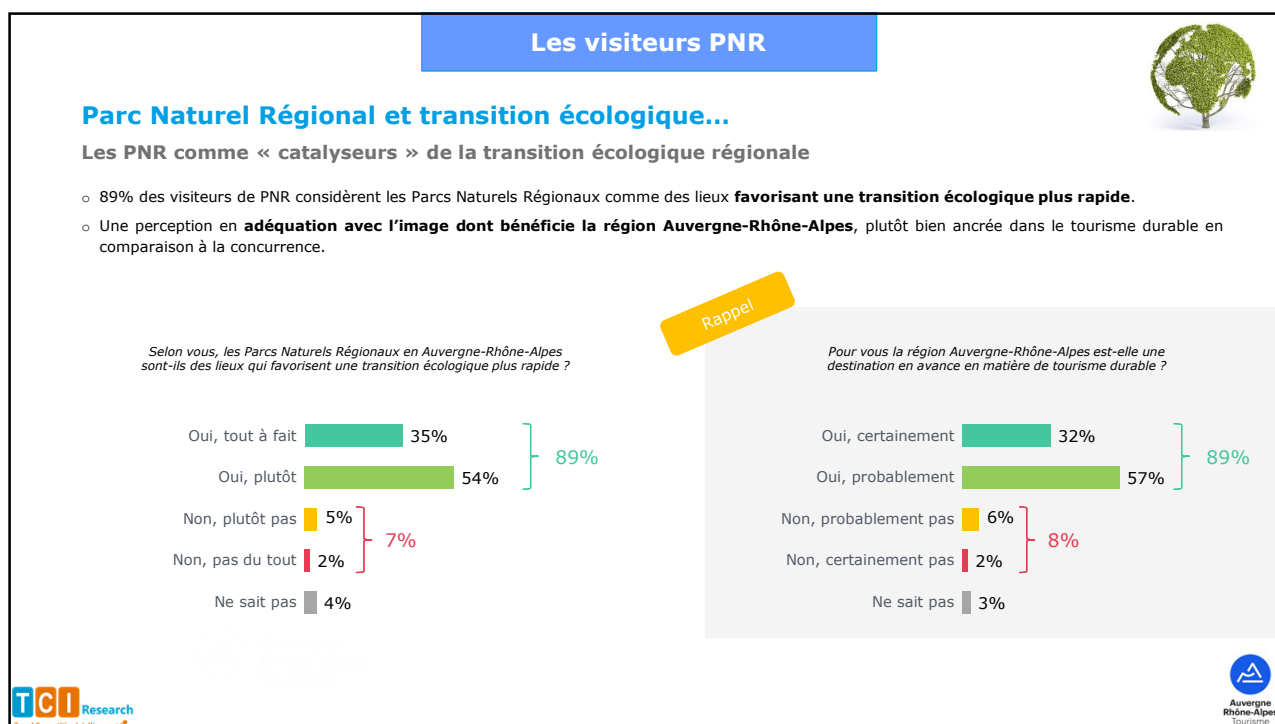
Auvergne Rhône-Alpes Tourisme

15

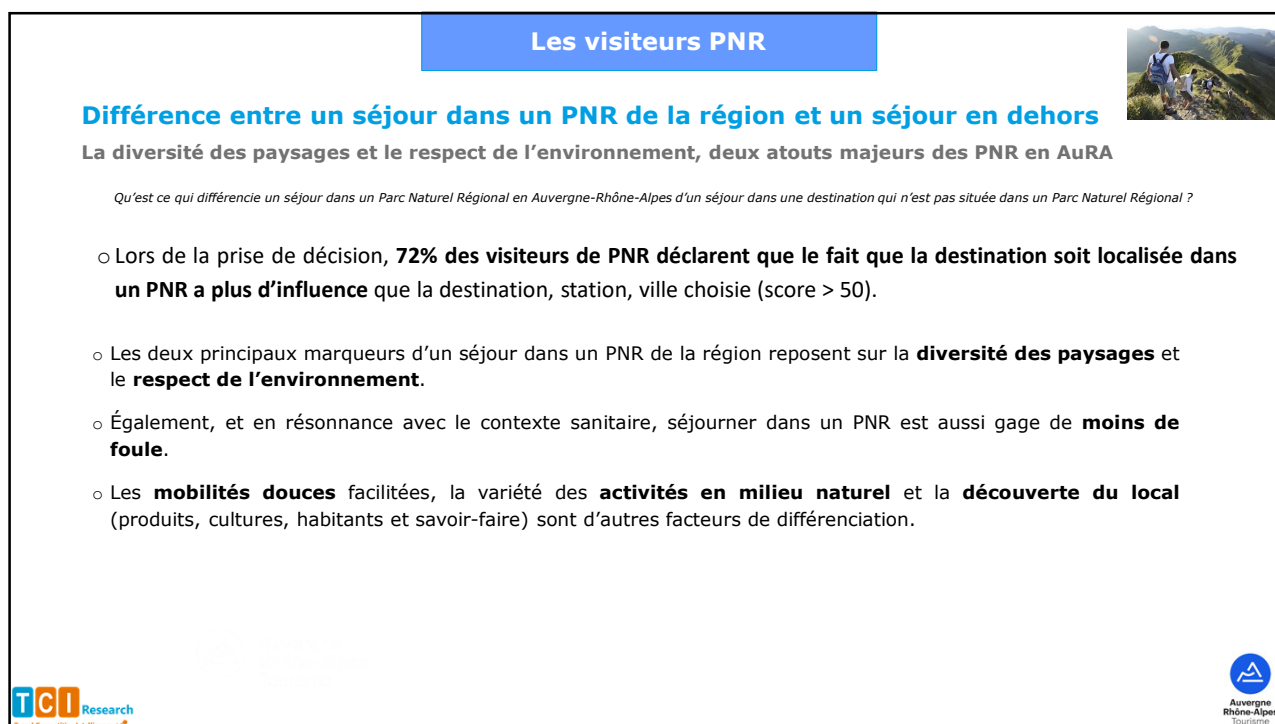


16

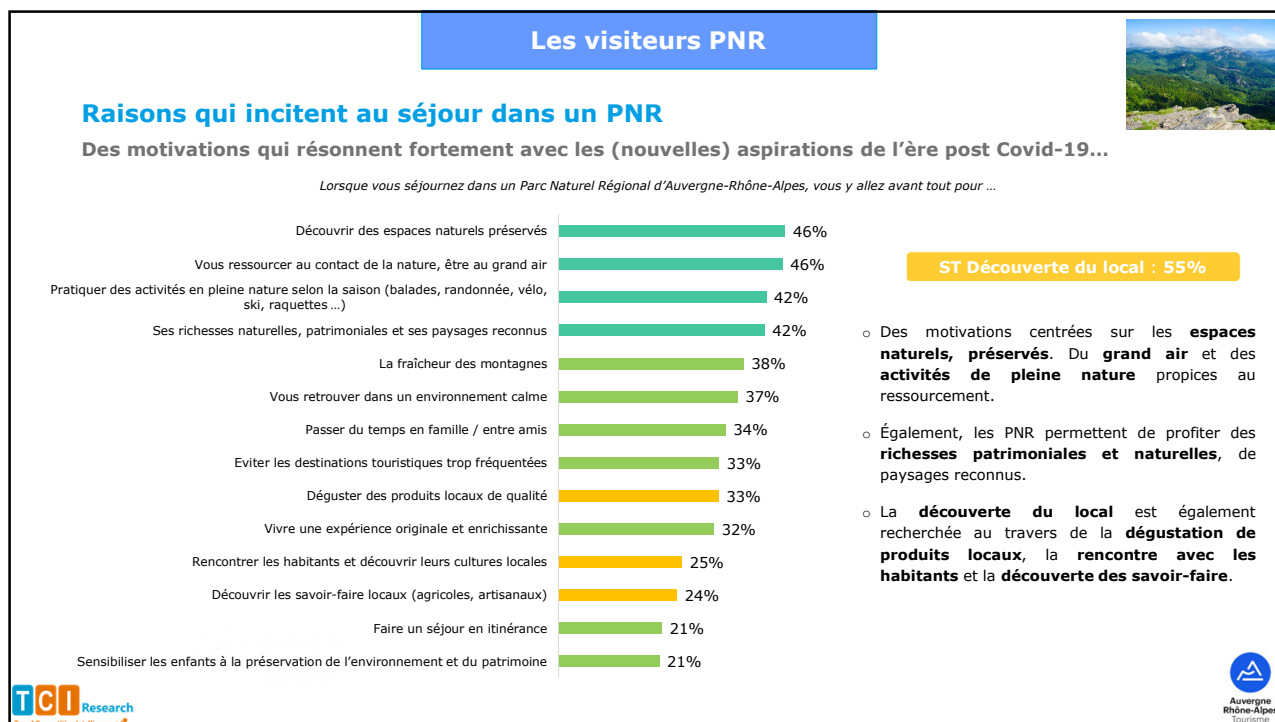




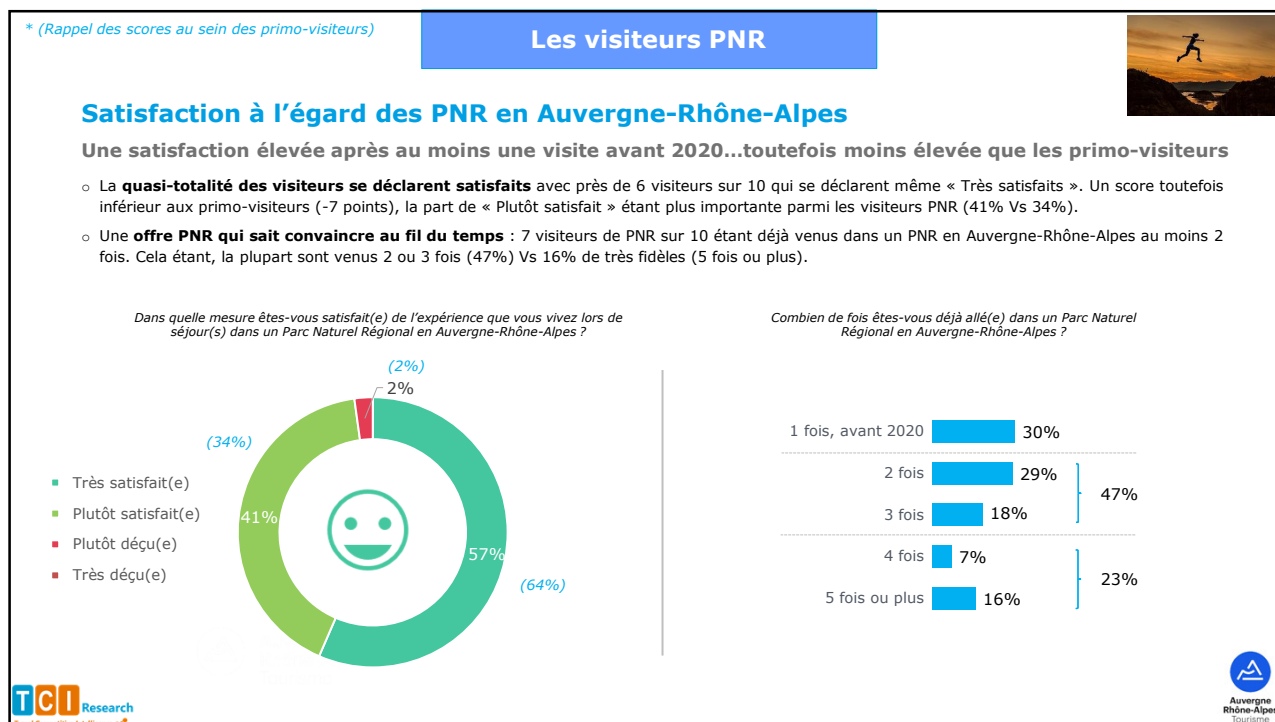
17



18



19



20



21

Approfondissement qualitatif

## Principales expériences vécues au sein des PNR d'Auvergne-Rhône-Alpes

Une expérience d'éco-tourisme, portée par les activités de pleine nature et la découverte du patrimoine

- **La randonnée** est l'activité phare pratiquée par les visiteurs, et ce peu importe le PNR,
- ... un plaisir « simple » pour profiter d'un **patrimoine naturel exceptionnel** : **paysages, points de vue / panoramas** superbes, magiques... (vue sur le Mont-Blanc, les Alpes, la Chaine des Puys etc.),
- Des **itinéraires** à emprunter aussi bien **à pieds** qu'à **vélo/VTT** (ou même en moto),
- La présence de **lacs, cascades, rivières** donne la possibilité de **pratiquer de nombreuses activités aquatiques** : baignade, canyoning, canoë etc.
- Des **activités aériennes** aussi avec de nombreux spots dédiés à la pratique du **parapente**,
- La **découverte d'un patrimoine bâti** riche : visite de monuments comme des châteaux, des monastères, des lieux de mémoire (mémorial de la Résistance à Vassieux etc.),
- La **culture**, avec des **musées**, parfois directement installés dans les Maisons de PNR (ex : Haut-Jura), les **marchés**, les **villages**, etc.
- La découverte du **patrimoine humain et des savoir-faire, de l'artisanat local** : visites ou ateliers de poterie, coutellerie, dentellerie etc.
- **Les activités d'hiver** : **raquettes, ski de fond, luge** permettant de profiter de grands espaces hors des grands domaines de glisse, et en découvrant un autre visage des PNR en comparaison avec la période estivale.

22

## Approfondissement qualitatif

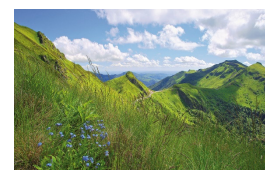
### Quelles sont les principales émotions, sensations véhiculées ?

Un panaché d'émotions positives lors d'une expérience dans un PNR d'Auvergne-Rhône-Alpes

- L'**immensité et la beauté des espaces** au sein des PNR invite véritablement au **lâcher-prise**, à la **déconnexion** avec le quotidien : un « grand bol d'air » physique et mental qui réduit le stress, apaise. Le **calme** à l'extérieur... pour retrouver la **paix intérieure**, plus de **sérénité**.
- Une sensation de **plénitude, d'harmonie** avec la nature et avec soi-même : déconnecter pour **se reconnecter** à soi et aux autres.
- Également, des sensations de **liberté, d'évasion** sont aussi fréquemment exprimées, un besoin probablement exacerbé par les mesures de confinements.
- Le sentiment de **voyager de manière responsable** ou « **intelligente** », en allant dans un territoire qui saura gérer les flux et les impacts potentiellement négatifs du tourisme. Un tourisme décomplexé ?



Apaisement  
Émerveillement  
Harmonie  
Liberté  
Plaisir  
Sérénité  
Dépaysement  
Ressourçant  
Bonheur  
Magique  
Evasion  
Relaxation



# 04

## LES PROSPECTS

---

Etude des clientèles susceptibles de  
consommer une offre Parc Naturel Régional  
en Auvergne-Rhône-Alpes

Auvergne  
Rhône-Alpes  
Tourisme

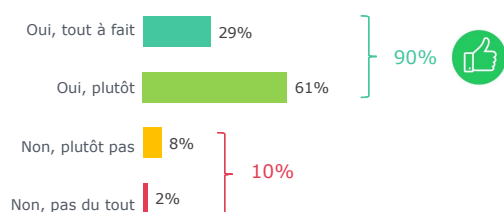
## Les prospects



### Influence de la localisation de la destination dans un PNR

Être localisé dans un PNR influence favorablement le choix d'une destination en Auvergne-Rhône-Alpes

*Est-ce que le fait qu'une destination Auvergne-Rhône-Alpes se situe au sein d'un Parc Naturel Régional pourrait influencer favorablement votre choix d'y séjourner ?*



- 35% des prospects déclarent une **inquiétude forte** face au Covid-19 (Vs 52% parmi les visiteurs PNR et 47% parmi les primo-visiteurs 2020) : ils sont sensiblement **moins inquiets**.
- Pour **90% des prospects**, le fait qu'une destination soit localisée dans un Parc Naturel Régional pourrait **influencer positivement leur choix de séjourner en Auvergne-Rhône-Alpes : un « plus » pour séduire et attirer des clientèles**.
- Pour 10% des prospects, cela ne changerait rien.

## Les prospects

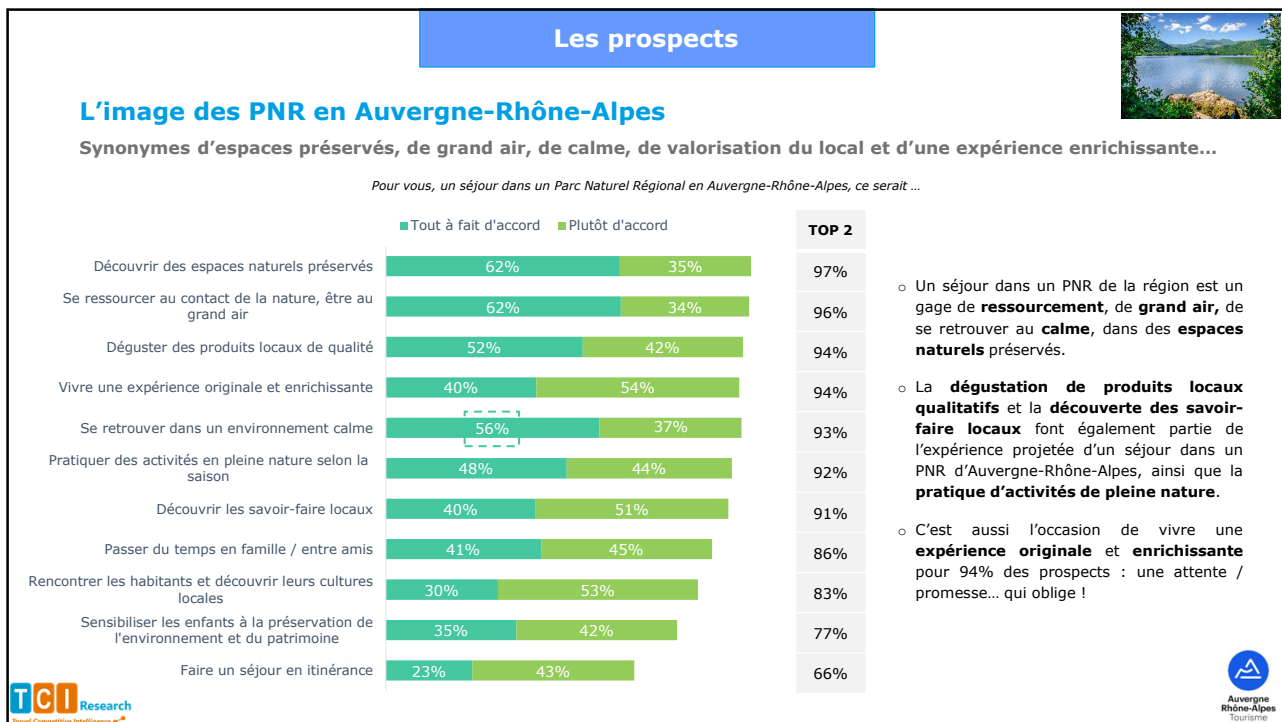


### Bénéfices perçus d'un séjour dans un PNR d'Auvergne-Rhône-Alpes

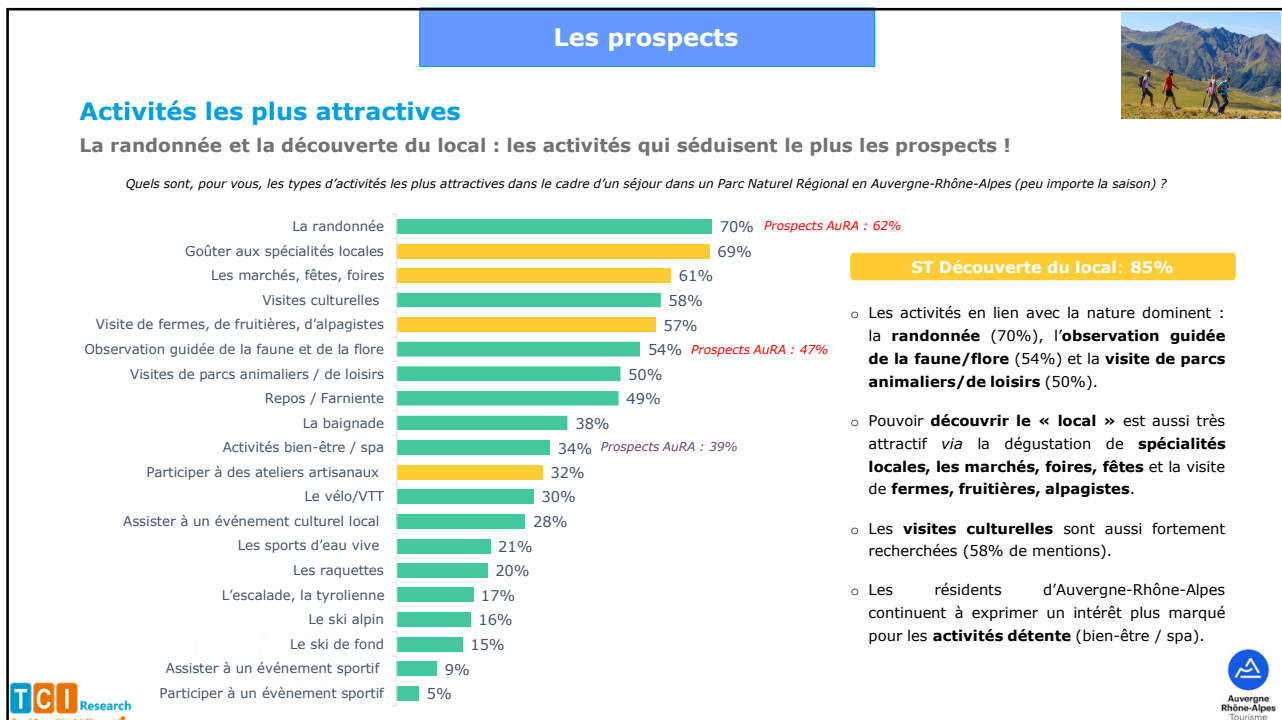
Être proche de la nature, au calme, dans un environnement authentique et préservé ...

*En quoi le fait qu'une destination soit située au sein d'un Parc Naturel Régional pourrait influencer favorablement votre décision ? Quels sont tous les bénéfices que vous associez au fait qu'une destination soit située dans un Parc Naturel Régional ?*

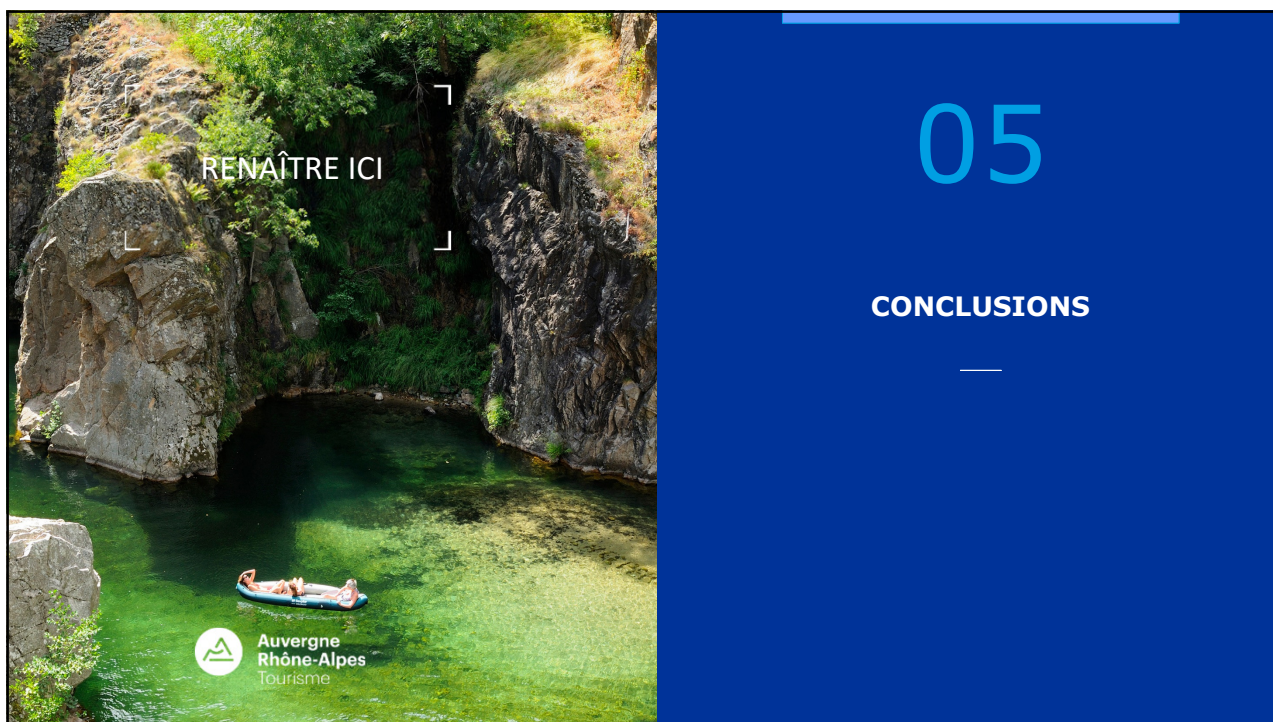
- Pour 38% des prospects, le principal bénéfice repose sur la **proximité** avec la (belle) **nature**, dans de beaux **paysages** (une garantie), au **grand air** (pur !), des espaces **moins pollués**, la possibilité de voir des **animaux**.
- Un espace associé au **calme**, loin de la foule, propice à la **déconnexion** et au **ressourcement**, dans un **environnement sain et préservé, authentique**.
- La **préservation du patrimoine, des traditions, du local (savoir-faire, humain, bâti)** apparaissent comme des bénéfices importants.
- De même, séjourner dans un PNR apparaît comme **enrichissant**, une manière de faire du tourisme de manière **responsable, plus écologique**.
- Enfin, la **qualité des prestations** (hébergement, restauration, refuges...) est aussi vue comme un bénéfice...même si le taux de mention est faible.



27



28



29

CONCLUSIONS

**Les PNR garants d'un tourisme plus durable : un levier pour la région**

- Les visiteurs de PNR sont logiquement plus nombreux à déclarer connaître la différence entre un Parc National et un Parc Naturel Régional ; cela étant, la **connaissance des caractéristiques propres aux PNR reste plutôt approximative**, et ce quelle que soit la cible : des confusions notamment sur la présence d'habitants / activités humaines ou encore pour ce qui concerne la logique d'aménagement des territoires et du développement local durable.
- Les PNR sont associés à un **rôle de préservation et de proximité avec la nature** permettant **l'évasion**, le **ressourcement** et la **pratique d'activités douces**. Les visiteurs de PNR les voient également comme un moyen de **partager des moments avec les locaux**.
- Les Parcs Naturels Régionaux sont perçus comme **garants d'un tourisme plus durable**, soit un tourisme plus respectueux des patrimoines naturels, culturels et des habitants pour plus de 9 répondants sur 10. A noter : le **niveau de conviction est encore meilleur** parmi ceux ayant déjà expérimenté une offre PNR (45% de certainement). Un bon point dans la mesure où les visiteurs PNR et primo-visiteurs se montrent très sensibles au sujet de la durabilité.
- La région Auvergne-Rhône-Alpes est d'ailleurs jugée **plutôt en avance en matière de durabilité** et notamment parmi ceux ayant déjà expérimenté un PNR de la région : près de 9 visiteurs sur 10 considèrent la région comme étant en avance (Vs 72% chez les prospects et 79% parmi les clientèles infrarégionales).

→ Un bon point pour **la région qui peut donc s'appuyer sur l'offre des PNR pour faire efficacement levier** et être bien en adéquation avec l'opinion des clientèles touristiques.

TCI Research  
Panel Competitive Intelligence

Auvergne  
Rhône-Alpes  
Tourisme

30

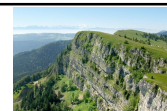
## LES PRIMO-VISITEURS 2020



### Ils sont satisfaits... et friands de découvrir la destination !

- Des primo-visiteurs qui se caractérisent par un **fort niveau d'inquiétude face à l'épidémie de Covid-19** (47% se déclarent extrêmement ou très inquiets) ; ainsi, la situation sanitaire a joué un **rôle essentiel dans le processus de décision / choix d'un PNR** : 72% d'entre eux déclarent que la crise sanitaire a joué un rôle au moins « assez important ».
- La recherche de « **grand air** » a motivé les primo-visiteurs : un réel désir de **profiter de la nature et de ce qu'elle a à offrir** (diversité des paysages, espaces préservés notamment) mais également la possibilité de **pratiquer des activités à l'extérieur**. La **recherche de calme**, de **déconnexion** ont aussi été des moteurs puissants. Une envie de « respirer » et de break ... dans un milieu sécurisant sur le plan sanitaire. Séjourner dans un PNR, c'est aussi **pouvoir s'enrichir en découvrant un environnement local** : 1 primo-visiteur sur 2 a déclaré avoir un intérêt pour le local *via* la dégustation de produits locaux, la découverte des savoir-faire ou encore la rencontre avec les habitants.
- D'ailleurs, le lieu de séjour a été majoritairement **influencé par le fait que la destination soit située dans un Parc Naturel Régional** : 58% des primo-visiteurs déclarent que le PNR a eu plus d'influence dans le choix du lieu de séjour que la destination elle-même.
- Après cette première expérience dans un Parc Naturel Régional, **les primo-visiteurs sont 64% à se déclarer « Très satisfaits »**. Une satisfaction qui repose sur cette nature préservée et authentique, les paysages qualifiés de magnifiques, le calme / tranquillité après une période de confinement propice aux tensions de toutes sortes, mais également l'accueil humain et les cultures locales. **Une expérience qui a su combler les attentes exprimées**.
- La relation aux PNR en ressort **positivement affectée** : 6 visiteurs sur 10 expriment avoir une meilleure opinion et pourraient réitérer l'expérience dans la région. Un socle de primo-visiteurs... à fidéliser !
- Pour inciter à la revisite, quelques leviers identifiés : un **meilleur accompagnement** des primo-visiteurs (qui connaissent moins ce milieu) et plus de médiation pour pleinement profiter de l'expérience (activités guidées / encadrées, pédagogie sur le milieu naturel, découverte de la faune / flore, rencontres organisées avec les locaux etc.). Également, l'offre de **visites culturelles et la possibilité de séjourner dans un logement typique / original** sont des attentes formulées par cette cible !

## LES VISITEURS PNR



### Les PNR, une destination « refuge » très appropriée !

- Les visiteurs réguliers ou occasionnels de PNR sont **les plus inquiets face au contexte épidémique** : 52% déclarent être extrêmement ou très inquiets ! A l'instar des primo-visiteurs, les PNR favorisent la durabilité : 89% des visiteurs de PNR considèrent les Parcs Naturels Régionaux comme des **lieux favorisant une transition écologique plus rapide**.
- Pour eux, les éléments distinctifs d'une offre PNR, reposent sur la **diversité des paysages** et le **respect de l'environnement**. Pour eux, c'est aussi un gage de **moins de foule**, un élément important dans le contexte actuel et de leur forte inquiétude. **Pouvoir se déplacer via les mobilités douces** (à pieds, à vélo etc.), avoir un **accès facilité au local** ou avoir un **panel d'activités variées** font également partie des éléments de différenciation de l'offre PNR.
- Leurs motivations pour séjourner dans un PNR sont en lien avec les (nouvelles) aspirations post-Covid-19 : la **recherche de grands espaces**, naturels et préservés, **pouvoir se ressourcer** en profitant du grand air, **pratiquer des activités d'extérieur** quelle que soit la saison. Mais c'est aussi l'occasion de **s'enrichir** : **profiter des richesses** patrimoniales et naturelles, de paysages reconnus ou encore de **découvrir les coutumes locales** au travers de la dégustation de produits locaux, la rencontre avec les habitants ou la découverte des savoir-faire.
- Parmi cette cible de connaisseurs, **l'appellation PNR joue un rôle encore plus moteur dans la prise de décision** : 72% des visiteurs de PNR déclarent que le fait que la destination soit dans un PNR a plus d'influence que la destination, station, ville choisie ! En revanche, ils attendent aussi **d'avantage d'informations sur le rôle des PNR**, les enjeux... voire la manière de s'impliquer ou de participer à des **actions collectives**.
- 57% des visiteurs de PNR se déclarent « Très satisfaits », un bon score... mais légèrement inférieur à celui des primo-visiteurs (64% de « Très satisfaits »).
- Même si 13% des visiteurs déclarent spontanément que l'offre est déjà complète et satisfaisante, des attentes sont formulées. **La principale concerne les hébergements** (plus de logements, plus de diversité de logements, des logements plus écologiques / originaux). Également, ils souhaiteraient pouvoir profiter de plus de **guides / accompagnateurs**, davantage d'**activités**, pouvoir **se déplacer sans voiture** ou encore une **meilleure mise en avant du local** (artisanat / produits locaux). Ils estiment que les Offices de Tourisme devraient davantage sensibiliser sur ces aspects, et proposer plus d'activités en lien avec le PNR / spécificités du territoire.



## LES PROSPECTS



### Des prospects à sensibiliser à l'offre PNR : renforcer la présence à l'esprit !

- Les prospects se montrent **moins inquiets / sensibles** que les visiteurs **face à l'épidémie de Covid-19** : 35% d'entre eux déclarent une inquiétude forte (Vs 52% parmi les visiteurs PNR et 47% parmi les primo-visiteurs).
- Si les freins habituels au voyage sont cités (économique, manque de temps, distance...), c'est essentiellement le **manque de présence à l'esprit** des offres PNR qui est relevé : les prospects n'y pensent pas, **voire ne savent pas** que l'on peut séjourner dans un PNR ! D'autres envisagent **d'autres destinations** (notamment le littoral) ou **types de séjour** (affinitaire) ou encore **préfèrent y aller à la journée...** quand c'est possible (notamment la clientèle infrarégionale). Pourtant, pour la grande majorité (9 prospects sur 10), **le fait qu'une destination soit localisée dans un PNR pourrait influencer positivement leur choix de séjourner en Auvergne-Rhône-Alpes**. Un levier à utiliser pour séduire ?
- Un séjour dans un PNR d'Auvergne-Rhône-Alpes est associé au **calme**, au **ressourcement**, au grand air et au contact **d'espaces naturels préservés** ; de même, ils associent les PNR à la **préservation des traditions / coutumes locales**. Une soif de **diversité de paysages** (69% de mentions) et une cible en demande **d'activités guidées de découverte de la faune / flore** (58% de mentions).
- Pour eux, un séjour dans un PNR serait l'occasion de vivre une **expérience originale et enrichissante** (94% d'accord). Des attentes sont formulées autour des **visites culturelles**, la **rencontre organisée avec les locaux**, la **dégustation de spécialités locales**, la visite de **fermes / alpagistes** ou encore la visite de **marchés / fêtes / foires**.
- L'**hébergement restera toutefois un aspect essentiel** de l'offre idéale (50% de mentions). Une certaine **originalité** dans le logement est également recherchée (44% de mentions). La **pratique d'activités de pleine nature** n'est pas en reste : 92% des prospects les assimilent à l'expérience projetée dans un Parc Naturel Régional, avec en tête la **randonnée** (70% de mentions).